

Univerzita Karlova v Praze
Filozofická fakulta
Ústav informačních studií a knihovnictví

Studijní program: informační studia a knihovnictví
Studijní obor: informační studia a knihovnictví

Bakalářská práce

Zuzana Rousková

Informační analýza sportovního zpravodajství České televize

Information analysis of sports coverage of Czech Television

Oponent bakalářské práce:

Datum obhajoby:

Hodnocení:

Prohlášení:

Prohlašuji, že jsem tuto bakalářskou práci vypracovala samostatně a výhradně s použitím citovaných pramenů, literatury a dalších odborných zdrojů.

V Praze, dne 20. května 2010

.....

podpis studenta

Identifikační záznam (včetně povinného souběžného názvu a popř. podnázvů v angličtině!):

ROUSKOVÁ, Zuzana. *Informační analýza sportovního zpravodajství České televize = Information analysis of sports coverage of Czech Television*. Praha, 2010-05-20. 76 s., 2 s. příl. Bakalářská práce (Bc.). Univerzita Karlova v Praze, Filozofická fakulta, Ústav informačních studií a knihovnictví. Vedoucí bakalářské práce Klára Havlíčková.

Abstrakt (česky)

Bakalářská práce se tematicky zaměřuje na sportovní redakci České televize a především sportovní zpravodajství. Práce se skládá z několika dílčích částí, které se věnují především agenturním informačním zdrojům sportovní redakce a tvorbě sportovního zpravodajství. První kapitola práce se věnuje informačním zdrojům sportovní redakce obecně a podrobně je zaměřena na popis agenturních zdrojů a konkrétních společností, jejichž informační servis sportovní redakce využívá. Následující kapitola je zaměřena na konkrétní popis práce s agenturními zdroji a její zařazení do procesu tvorby sportovního zpravodajství. V rámci této kapitoly je také pomocí grafických modelů znázorněna struktura zpravodajské části sportovní redakce. Poslední kapitola se zabývá hodnocením kvality informací sportovního zpravodajství. V rámci kvality informací je v kapitole zpracována obrazová ukázka, v jaké formě informace distribuují agenturní zdroje a jakým způsobem se s nimi pracuje. V závěru této kapitoly a celé práce je zpracována kvantitativní analýza tematického zaměření agenturních informací v období Zimních olympijských her 2010 ve Vancouveru [Autorský abstrakt].

Klíčová slova (česky):

Sportovní redakce České televize, sportovní zpravodajství, informační analýza, informační zdroje, agenturní zdroje, kvalita informací, hodnocení kvality informací, měření kvality dat, hodnota informací, relevance informace, komunikace, informace, data

Abstrakt (anglicky)

This thesis focuses on the topic of sports redaction of Czech Television and especially on sports coverage. Work consists of several sub-sections, which are specifically intended to agency information resources of sports redaction and the creation of sports coverage. The first chapter is devoted to information resources of sports redaction in general and detailed description is focused on agency resources and the specific companies, whose information service are used by sports redaction. The following chapter focuses on a specific job description of agency resources, and its inclusion in the process of making sports coverage. In this chapter I also use graphical models which show the structure of the news part in sports redaction. The last chapter deals with assessing the quality of information of sports coverage. This chapter also includes the image preview section, which shows the form for information distribution through agency resources and how to work with them. At the end of this chapter and the whole work is work up a quantitative analysis of the thematic focus of agency information in the Winter Olympic Games 2010 in Vancouveru [Authors' abstract].

Klíčová slova (anglicky):

Sports redaction of Czech television, sports coverage, information analysis, information resources, agency resources, information quality, information quality assessment, measuring data quality, value of information, relevancy of information, communication, information, data

OBSAH

SEZNAM GRAFICKÝCH UKÁZEK	10
PŘEDMLUVA	11
ÚVOD.....	14
Sportovní redakce České televize	14
Sportovní zpravodajství České televize	14
1 DRUHY INFORMAČNÍCH ZDROJŮ PRO ZABEZPEČENÍ VYSÍLÁNÍ	
SPORTOVNÍ REDAKCE ČESKÉ TELEVIZE.....	16
1.1 Informační zdroje pro zabezpečení vysílání	16
1.1.1 Nákup vysílacích práv	17
1.1.2 Nákup natáčecích práv pro vlastní tvorbu sportovní redakce.....	18
1.1.3 Vlastní (interní) zdroje sportovní redakce	19
1.1.4 Shrnutí.....	19
1.2 Agenturní zdroje	20
1.2.1 Co to jsou agenturní zdroje.....	20
1.2.2 Minulost a současnost informačních agentur.....	21
1.2.3 Shrnutí.....	22
1.3 Představení konkrétních agentur, které redakce využívá.....	23
1.3.1 Agentura Reuters	23
1.3.2 Agentura Associated Press (AP).....	25
1.3.3 European Broadcasting Union (EBU) – projekt Eurovision (EVS)	27
1.3.4 Zhodnocení	30
2 POPIS AGENTURNÍ ČINNOSTI A STRUKTURY REDAKCE V RÁMCI	
VÝROBY SPORTOVNÍHO ZPRAVODAJSTVÍ.....	31
2.1 Základní informace o pořadu Branky, body, vteřiny	31
2.2 Představení agenturní činnosti (práce agenturníka)	31
2.3 Organizační struktura a komunikace při tvorbě sportovního zpravodajství (BBV)	
z pohledu agenturníka	32
2.3.1 Model organizační struktury	33
2.3.2 Funkční model interní komunikace	35
2.4 Vysvětlení okolních činností pro pochopení způsobu zpracování agenturních zdrojů.....	37
2.5 Návaznost zpracování agenturních zdrojů	38
2.6 Způsob zpracování a evidence konkrétních informací	39

2.6.1	Technický sešit	39
2.6.2	Redaktorský sešit	40
2.6.3	Porovnání a zhodnocení obou zápisů.....	42
2.6.4	Model procesu zpracování agenturních informací – tok informací	43
3	MOŽNOSTI HODNOCENÍ KVALITY INFORMACÍ SPORTOVNÍHO ZPRAVODAJSTVÍ ČESKÉ TELEVIZE	45
3.1	Úvod do problematiky kvality informací a jejího hodnocení	45
3.2	Pro koho je sportovní zpravodajství určené.....	46
3.3	Možné způsoby hodnocení kvality sportovního zpravodajství ČT.....	47
3.3.1	Hodnocení kvality dat pro tvorbu sportovního zpravodajství	48
3.3.2	Hodnocení kvality informací sportovního zpravodajství.....	50
3.3.3	Možnosti modifikace dat pro zajištění kvality informací	52
3.3.4	Zhodnocení - možnosti, kterými lze kvalitu dat i informací ovlivnit	52
3.4	Obrazová ukázka zpracování agenturního sportovního zpravodajství v rámci sportovní redakce České televize	54
3.4.1	Agentura SNTV (AP)	54
3.4.2	Agentura Reuters	58
3.4.3	Zpravodajský kanál EVS (EBU).....	63
3.4.4	Zhodnocení	68
3.5	Kvantitativní analýza tematického zaměření příspěvků z agenturních zdrojů při Zimních olympijských hrách 2010 ve Vancouveru	69
3.5.1	Stanovení hlavních cílů analýzy a vlastních hypotéz	69
3.5.2	Popis prováděné analýzy	70
3.5.3	Zobrazení výsledků prováděné analýzy.....	71
3.5.4	Popis výsledků prováděné analýzy	73
3.5.5	Závěrečné zhodnocení analýzy	74
	ZÁVĚR	75
	SEZNAM POUŽITÉ LITERATURY	77
	SEZNAM ZKRATEK	83
	OBRAZOVÉ PŘÍLOHY	84

Seznam grafických ukázek

Obrázky

- Obr. 1: Návaznost pracovní činnosti jednotlivých agenturníků
- Obr. 2: Ukázka zápisu informací do technického sešitu
- Obr. 3: Ukázka zápisu informací do redaktorského sešitu
- Obr. 4: Soupiska agentury SNTV před zahájením zpravodajské relace
- Obr. 5: Informační titulek vztahující se k jedné konkrétní informaci v rámci relace SNTV
- Obr. 6: Webové rozhraní agentury SNTV
- Obr. 7: Webové rozhraní agentury Reuters
- Obr. 8: Konkrétní příspěvek v rámci webového rozhraní agentury Reuters
- Obr. 9: Podrobný skript příspěvku na webovém rozhraní agentury Reuters
- Obr. 10: Úvodní informační titulek ke konkrétnímu příspěvku v rámci zpravodajství Reuters
- Obr. 11: Zobrazení neodvysílaných příspěvků na webovém rozhraní Eurovision Xtranet
- Obr. 12: Úvodní stránka Eurovision Xtranet sportovního zpravodajství EVS
- Obr. 13: Soupiska zpravodajství EVS před zahájením relace
- Obr. 14: Podrobné informace o příspěvku v rámci webového rozhraní EVS
- Obr. 15: Obrazový skript konkrétního příspěvku v rámci webového rozhraní EVS

Seznam modelů

- Model 1: Organizační struktura sportovní redakce ČT pro tvorbu sportovního zpravodajství
- Model 2: Funkční model interní komunikace při tvorbě sportovního zpravodajství
- Model 3: Proces zpracování agenturních zpráv při tvorbě sportovního zpravodajství

Tabulky

- Tabulka 1: Datová tabulka průzkumu kvantity a tematického zaměření agenturních příspěvků během ZOH 2010 ve Vancouveru

Seznam grafů

- Graf 1: Výsledný graf agentury SNTV
- Graf 2: Výsledný graf agentury Reuters
- Graf 3: Výsledný graf agentury EVS

Předmluva

Česká televize, jako jedna z největších informačních institucí v České republice, je prostředím, které mne vždy zajímalo blíže poznat. Můj zájem se pak také prohloubil, když jsem začala studovat obor Informační studia a knihovnictví na Filozofické fakultě Univerzity Karlovy v Praze. Možnost částečně poznat prostředí České televize mi byla umožněna prostřednictvím sportovní redakce, kde jsem začala na jaře roku 2009 pracovat. Sport a sportovní tematika je mi velmi blízká a možná i z tohoto důvodu mne prostředí sportovní redakce velmi zaujalo. Při příležitosti psaní mé bakalářské práce jsem se proto rozhodla toto téma na základě svých prozatímních zkušeností zpracovat a přiblížit tak prostředí sportovní redakce dalším studentům oboru a jiným čtenářům s podobným zájmem.

Cílem mé bakalářské práce je celkově přiblížit prostředí sportovní redakce a proces přípravy sportovního zpravodajství. Má činnost ve sportovní redakci České televize se vztahuje k její zpravodajské části a procesu tvorby sportovního zpravodajství a konkrétně pak k problematice agenturních informačních zdrojů. Téma tvorby sportovního zpravodajství a agenturních informačních zdrojů je proto základním zastřešujícím tématem celé mé práce. Dále se práce zabývá strukturou sportovní redakce při tvorbě zpravodajství, způsobem zpracování informací a jejich informační kvalitou.

K bakalářské práci jsem čerpala především zdroje dostupné v rámci sportovní redakce České televize. Věcné informace současného i historického charakteru byly čerpány z osobních konzultací s panem Vladimírem Drbohlavem, vedoucím pro oddělení mezinárodních přenosů a koordinátorem zpravodajství EBU (European Broadcasting Union). Použité obrazové materiály byly čerpány z placených informačních zdrojů sportovní redakce, k čemuž jsem dostala svolení od šéfredaktora redakce sportu pana Otakara Černého. Dále jsem čerpala z webových prezentací České televize a společností Reuters, AP (Associated Press) a EBU. K nastudování obecných informací jsem použila předem zpracovanou rešerši na téma mé bakalářské práce. V tomto případě jsem se pokusila o převedení obecných informací na konkrétní případy z prostředí sportovní redakce. Uvedené popisy konkrétních činností, procesů zpracování informací, modely, tabulky a grafy byly zpracovány na základě vlastních pracovních zkušeností a znalostí. Při tvorbě modelů byla použita příslušná obecná literatura. Pomocí základních teorií byly graficky znázorněny konkrétní skutečnosti z prostředí tvorby sportovního zpravodajství, které jsou popisovány s použitím terminologie sportovní redakce.

Má práce je rozdělena na úvod, tři základní kapitoly a závěr. V rámci každé kapitoly jsou další podkapitoly druhé a třetí úrovně. V úvodu mé práce se krátce věnuji základním informacím o redakci sportu, jejím zasazení do organizační struktury České televize a úvodu do sportovního zpravodajství.

První kapitola je věnována informačním zdrojům sportovní redakce, které jsou využívány pro informační zabezpečení vysílání. V této kapitole jsou krátce zmíněny všechny druhy informačních zdrojů a konkrétně se zde zaměřuji na agenturní zdroje, které sportovní redakce využívá, a s kterými již delší dobu pracuji. Název této pracovní pozice se nazývá „agenturník“. Jsem si vědoma, že tento název zní poněkud slangově, nicméně tento název je v redakci oficiálně používán a proto jsem se rozhodla ho v rámci své práce zachovat.

Ve druhé kapitole práce se zaměřuji na tvorbu sportovního zpravodajství. V rámci této kapitoly popisuji činnost agenturníka, jeho úlohu při tvorbě sportovního zpravodajství a způsob zpracování agenturních informací. Tuto činnost je potřeba zasadit do souvislostí s procesem celé přípravy zpravodajství a důležitými osobami, které ho tvoří. Proto jsem v rámci této kapitoly zpracovala modely pro znázornění organizační struktury, komunikace osob a toku informací při tvorbě sportovního zpravodajství.

Třetí kapitola je věnována hodnocení kvality informací sportovního zpravodajství a zejména kritériím, podle kterých kvalitu hodnotíme. V rámci kvality informací je v kapitole zpracována obrazová ukázka, v jaké formě informace distribuují agenturní zdroje a jakým způsobem se s nimi pracuje. Obrazová ukázka se tedy zaměřuje na obsahovou stránku informace a kvalitu jejího zpracování. V závěru kapitoly je v kontrastu s kvalitou informací zpracována kvantitativní analýza tematického zaměření agenturních informací, zpracovaná v rámci mého intenzivního pracovního působení při Zimních olympijských hrách 2010 v Kanadském Vancouveru.

Rozsah práce přesahuje doporučený počet stran pro bakalářskou práci z důvodu četného použití obrazových ukázek, modelů, tabulek a grafů. Většina těchto doprovodných materiálů je začleněna do textu, aby byla zachována srozumitelnost a přehlednost práce. Dále se v textu objevují poznámky pod čarou, které vysvětlují neznámé nebo cizí výrazy. Citace uvedené v textu jsou zpracovány tzv. Harvardským systémem. Za převzatým textem jsou uvedeny hranaté závorky s prvním údajem záznamu (autor nebo korporace) a rokem vydání. Použité zdroje jsou citovány podle mezinárodních norem ISO 690 a ISO 690-2. Text dále obsahuje přílohy, seznam obrazových ukázek, tabulek a grafů a také seznam zkratk.

Na závěr bych ráda poděkovala vedoucí své bakalářské práce Mgr. Kláře Havlíčkové za konzultace a cenné rady při zpracování obsahové i formální stránky mé práce. Dále bych chtěla poděkovat panu Vladimíru Drbohlavovi, jehož dlouholeté zkušenosti a odborné znalosti mi byly ochotně ve formě konzultací poskytnuty.

Úvod

Cílem mé bakalářské práce je přiblížit čtenáři prostředí sportovní redakce České televize (dále také jako ČT) a nahlédnout do procesu přípravy sportovního zpravodajství. Proto bych v úvodu své práce chtěla nejprve představit sportovní redakci jako součást jedné z nejvýznamnějších informačních institucí v České republice, ke kterým Česká televize bezesporu patří. Jelikož se má práce bude blíže zaměřovat na proces zpracování a tvorby sportovního zpravodajství, krátce zde uvedu základní informace k tomuto tématu.

Sportovní redakce České televize

Sportovní redakce je dnes jednou z hlavních součástí zpravodajské oblasti v České televizi¹. Hlavním tematickým zaměřením redakce je sport v jeho nejširším možném rozsahu. Vznik redakce sportu má své kořeny již v začátcích vzniku České televize (dříve Československé televize), jejíž 1. vysílání se uskutečnilo 1. května 1953 a 25. února 1954 bylo prohlášeno za pravidelné. *„Sportovní rubriku v Československé televizi založil na přelomu února a března 1956 Miroslav Hladký, první šéfredaktor, který během několika dnů vybudoval základy redakce, která pak rok co rok přispívala do vysílání stovkami hodin sportovních soutěží, zápasů a závodů, ze všech druhů sportů. Redakce sportu ČT (dříve ČST) stanovila za 48 let své práce základní televizní postupy pro prezentaci jedinečných sportovních událostí (olympijské hry, světová mistrovství v populárních sportech) a vytvořila nejméně dvě desítky rekordů a unikátních vysílacích výkonů.“* [Redakce sportu, 2004] V tomto roce slaví sportovní redakce již 54. narozeniny a je zcela samostatnou jednotkou, která zajišťuje celodenní vysílání ryze sportovního kanálu ČT4 a tvoří veškeré sportovní zpravodajství. V rámci těchto dvou hlavních činností se také sportovní redakce dělí na dvě základní části. Produkci, která zajišťuje stálý chod kanálu ČT4 a zpravodajskou produkci. Tyto činnosti se v rámci sportovní redakce úzce prolínají, nicméně v mé práci se budu z větší části soustředit na činnost zpravodajské části, s kterou mám četnější zkušenosti.

Sportovní zpravodajství České televize

Sportovní redakce ČT denně vytváří několik pravidelných sportovních relací, které se vysílají v rámci zpravodajských relací na kanále ČT1 a průběžně na dynamickém zpravodajském kanále ČT24. Hlavním zpravodajským produktem sportovní redakce je pořad Branky, body, vteřiny (dále také jako BBV), který se vysílá každý den v rámci hlavního

¹ Grafické znázornění organizační struktury viz obrazové přílohy I. a II.

večerního zpravodajství na kanále ČT1. Pořad BBV je také pořadem s nejdelší historií ve sportovní redakci. Jeho vznik je spjat se vznikem samotné sportovní redakce v roce 1956. Činnost agenturníka, kterou ve sportovní redakci vykonávám a jež budu ve své práci blíže popisovat, slouží obecně pro celodenní zpravodajství. Nejvíce je ovšem zaměřena na tvorbu pořadu BBV, na kterém tak agenturník spolupracuje. Uváděné postupy a příklady tedy platí pro tvorbu celodenního zpravodajství obecně, ale ponejvíc se zaměřují na tvorbu a přípravu hlavního sportovního zpravodajského pořadu, kterým jsou zmiňované Branky, body, vteřiny.

1 Druhy informačních zdrojů pro zabezpečení vysílání sportovní redakce České televize

V rámci této kapitoly bych se chtěla stručně zmínit o všech informačních zdrojích, které redakce využívá pro zabezpečení vysílání a podrobně se zaměřit na problematiku agenturních zdrojů, se kterými v rámci sportovní redakce ČT pracuji. Agenturní zdroje jsou jednotlivé společnosti, které se zabývají zprostředkováním informací, jejichž informační servis si redakce sportu předplácí. Tyto zdroje jsou ve sportovní redakci používány především pro tvorbu každodenního zpravodajství.

1.1 Informační zdroje pro zabezpečení vysílání

Hlavní náplní sportovní redakce je zajistit veškeré sportovní zpravodajství a zajistit vysílání 24 hodin denně, 7 dní v týdnu pro ryze sportovní kanál ČT4. Sportovní redakce tedy za pomoci vlastních technických prostředků zajišťuje výrobu zpravodajství, přenosy z domácích sportovních událostí, vytváří vlastní pořady, dokumenty, magazíny či diskuze. Dále redakce zprostředkovává televizním divákům přenosy z významných sportovních událostí ze zahraničí. Pro informační zabezpečení vysílání v takto širokém rozsahu používá redakce různé druhy informačních zdrojů:

- vysílací práva sportovních událostí nakoupená od jejich majitelů
- natáčecí práva pro vlastní tvorbu sportovní redakce
- agenturní zdroje (především pro tvorbu zpravodajství)
- vlastní (interní) zdroje sportovní redakce

Využití jednotlivých informačních zdrojů pro zabezpečení sportovního vysílání se formuje především podle programu, který je sestavován v rámci celkového televizního vysílání České televize a všech jejích kanálů. Velké změny pro sportovní redakci nastaly v roce 2004, kdy vznikl samostatný sportovní kanál ČT4. Od této doby má vedení sportovní redakce na starost zabezpečit vysílání 24 hodin denně, 7 dní v týdnu. Před vznikem samostatného sportovního kanálu se veškeré sportovní události a pořady vysílaly na kanále ČT2. Tvorba hlavního programu České televize je v současné době činností programového ředitelství, pod jehož útvarem pracují lidé, kteří mají na starosti stavbu programu kanálů ČT1 a ČT2. Zpravodajský kanál ČT24 a sportovní kanál ČT4 mají tvorbu programu ve své režii. V současné době však v České televizi probíhá celková restrukturalizace a v systému tvorby

programu mají nastat jisté změny. Podle restrukturalizačního plánu, sestaveného generálním ředitelem České televize Jiřím Janečkem, by mělo dojít ke zrušení programového ředitelství. V rámci restrukturalizace by měli být zvoleni šéfeditoři² jednotlivých kanálů ČT, kteří budou zodpovědní za obsahovou stránku programu kanálu, který vedou (viz dostupné informace zveřejněné na portále www.ct24.cz³). S touto změnou se situace pro sportovní redakci příliš nemění a stavba programu tedy nadále závisí na jeho vedení.

1.1.1 Nákup vysílacích práv

Jedním ze základních zdrojů pro zabezpečení vysílání je nákup vysílacích práv na sportovní události. Tento způsob redakce využívá především u významných zahraničních sportovních událostí, které nemá možnost divákům zprostředkovat skrze vlastní výrobu neboli přenos za pomoci vlastního televizního štábu a technických prostředků. V nákupu vysílacích práv je rozhodující hodnota pro českého diváka, stanovená cena a tudíž také finanční možnosti sportovní redakce. Práva a finanční nároky na nákup vysílání se velmi liší podle druhů jednotlivých sportů a také záleží na společnosti, která práva vlastní. Sporty s dlouholetou tradicí, u kterých je velký zájem diváků a vysoká sledovanost jako například u hokeje, lyžování atd., jsou pochopitelně právně velmi dobře ošetřené a cena za vysílací práva je vysoká. Naopak práva nově vzniklých sportů, o které zatím není ze strany diváků masový zájem, jsou nabízena za velmi výhodných a přijatelných podmínek. Problém v nákupu vysílacích práv se ovšem také může vyskytnout v právním zabezpečení dané smlouvy.

Pro přiblížení této problematiky bych zde ráda uvedla konkrétní případ, kterým se sportovní redakce zabývala v letošní zimní sezóně. V zájmu sportovní redakce České televize je zajistit vysílání všech významných sportovních událostí a zejména těch, o které je zájem ze strany českých diváků. Jedním takovým je například seriál běžeckého lyžování Tour de Ski⁴. Důvodem velkého zájmu jsou také vynikající kvality našich reprezentantů. Přes všechny tyto skutečnosti Česká televize nemohla vysílání celého seriálu nabídnout a to z následujících důvodů. Společnost, vlastníci vysílací práva, „zdedila“ smlouvu, která zabezpečovala prioritu proevropského sportovního kanálu Eurosport, kde je definováno, že není možné určité vybrané přenosy prodat subjektům, které jsou registrované výhradně jako sportovní kanál, což kanál ČT4 samozřejmě je. Z tohoto důvodu prozatím běžecký seriál

² Šéfeditor – vedoucí pozice v rámci každého z kanálů České televize

³ <http://www.ct24.cz/media/82770-janecek-chce-zrusit-mista-reditele-programu-a-zpravodajstvi-ct/>

⁴ Tour de Ski - série osmi závodů v běhu na lyžích, konajících se v deseti dnech na území třech evropských států (Česka, Německa a Itálie)

Tour de Ski diváci na obrazovkách České televize shlédnout nemohli. Výjimkou jsou pouze části závodu, které se konají na území České republiky. Zde se nabízí otázka, proč Česká televize tedy takto právně chráněné sportovní události neodvysílá na kanále ČT2, když se zde sport v minulých letech běžně vysílal. Zde ovšem zase narážíme na zásady v rámci samotné České televize. V posledních letech program kanálu ČT2 prošel velkými změnami a pro sportovní události již zde není místo. Respektovány jsou pouze dlouhodobě dopředu uzavřené smlouvy, které musí Česká televize dodržet jako např. ZOH 2010 ve Vancouveru (viz informace z pořadu ČT „Na slovíčko“⁵). Bohužel toto právní ošetření se netýká pouze běžeckého seriálu Tour de Ski, ale také alpského lyžování či skoků na lyžích. Lyžování obecně je již mnoho let velmi žádaným sportem a sportovní redakce tedy dělá vše pro to, aby ho českému divákovi mohla na svých obrazovkách zprostředkovat. V současné době se tedy podařilo učinit dohodu, že v těchto případech se v roce 2010 a možná i 2011 nebude zásada o sportu na programu ČT2 uplatňována tak striktně jak bylo zamýšleno.

V běžných případech nákupu vysílacích práv udělá sportovní redakce dohodu s danou společností a nakoupí vysílací práva na určitý závod či šampionát. Takto nakoupený přenos pak může ČT vysílat na libovolném kanálu, pokud není jinak smluvně upraveno.

1.1.2 Nákup natáčecích práv pro vlastní tvorbu sportovní redakce

Dalším významným zdrojem pro naplnění vysílání je samotná produkce a tvorba sportovní redakce. Touto cestou redakce zprostředkovává zejména sportovní události, které se odehrávají na území České republiky. Dále pak sportovní redakce zajišťuje vlastní informační servis z událostí, na která si vysílací práva koupila v zahraničí. Pokud se jedná o déle trvající významnou událost, odjíždí do zahraničí televizní štáb, který pro sportovní redakci vytváří další audiovizuální materiály a informační servis přímo z místa dění (tréninky českých reprezentantů, rozhovory s nimi i zahraničními sportovci atd.). V rámci ČR nakoupí sportovní redakce natáčecí práva na určitou sportovní událost, kterou poté pomocí vlastních technologií a personálních zdrojů divákovi zprostředkuje pomocí tzv. přenosu. Na těchto zdrojích je postaveno mnoho sportovních pořadů, které sportovní redakce produkuje⁶. Tyto zdroje jsou také významné pro tvorbu kvalitního domácího zpravodajství a rozšířeného zpravodajství ze zahraničí. Na základě natáčecích či vysílacích práv, má redakce právo

⁵ <http://www.ceskatelevize.cz/program/10223935241-02.01.2010-11:10-4-na-slovicko.html?obdobif=all&broad=10127554193&from=70&backaddr=search>
(o této problematice cca v 17. a 18. minutě záznamu pořadu)

⁶ Vlastní pořady sportovní redakce ČT – Buly(česká hokejová extraliga), Dohráno(česká fotbalová extraliga) atd.

materiály natáčet a archivovat. Redakce sportu pak z těchto materiálů vytváří další různé pořady či může doplnit vysílání reprízami⁷ celých přenosů – tzv. vysílání ze záznamu.

1.1.3 Vlastní (interní) zdroje sportovní redakce

Výše uvedené zdroje pro informační zajištění sportovního vysílání doplňují tzv. vlastní zdroje sportovní redakce. Tento zdroj, ryze informačního charakteru, bezesporu patří ke každé redakční činnosti. Jde především o soubory kontaktů jednotlivých redaktorů, externistů či spolupracovníků sportovní redakce. Tím, že se každý redaktor soustřeďuje na konkrétní tematický okruh, je velmi často v přímém kontaktu se samotnými aktéry sportovního dění a má tak možnost vytvářet své vlastní kontakty. Díky těmto vlastním zdrojům by měla mít redakce jistý informační náskok před konkurencí a dokázat tak sdělit událost jako původní informaci.

1.1.4 Shrnutí

Všechny tyto druhy informačního zabezpečení vysílání mají ve sportovní redakci své ustálené postupy pro jejich zpracování, které se ale také neustále vyvíjí díky nově dostupným technologiím. Zároveň se systémy zpracování jednotlivých druhů informačních zdrojů doplňují a vytváří tak jednotný informační a komunikační systém, který je jako celek reprezentován sportovní redakcí České televize. Produkt tohoto celkového systému mohou diváci České televize sledovat prostřednictvím dynamického zpravodajství na kanálech ČT1 a ČT24 a celodenního vysílání sportovních událostí a postřehů na kanále ČT4.

⁷ Počet možných repríz je určen danou smlouvou o natáčecích právech

1.2 Agenturní zdroje

1.2.1 Co to jsou agenturní zdroje

Pod pojmem agenturní zdroj si můžeme představit společnost, která se zabývá zprostředkováním a distribucí informací. Agenturní zdroje mohou být komerčního či nekomerčního charakteru a mohou poskytovat informace audiovizuální či textové. Pro uživatele agenturních zdrojů je rozdíl mezi komerčním a nekomerčním agenturním zdrojem především v jeho ceně. Komerční agentura je společnost, jejíž služby si může kterýkoli daný subjekt předplatit. Poněkud specifitějším případem je právě nekomerční agentura, která se skládá z několika členů⁸, které si některé své zdroje navzájem poskytují. Textové a audiovizuální zdroje se liší ve formě dodávané informace a především v možnostech zpracování a použití. Textový zdroj slouží jako zdroj k dynamickému nabytí relevantní a ověřené informace, kterou lze dále použít. Audiovizuální zdroj obsahuje hrubý obrazový a zvukový materiál, z kterého lze vytvořit ucelenou obrazovou zprávu pro diváka. V mé práci se budu soustředit zejména na agenturní informační zdroje audiovizuální, které sportovní redakce ČT využívá pro tvorbu zpravodajství.

Otázkou je, k čemu si potřebuje sportovní redakce platit další obrazové materiály, když nakupuje vysílací a natáčecí práva a má tak dostatek vlastních materiálů. Odpověď je následující. Zajistit dynamické a rozsáhlé sportovní zpravodajství z celého světa. Ač má sportovní zpravodajství opravdu široký záběr, nikdy nemůže z vlastních obrazových zdrojů přinést divákovi denně průřez sportovního dění z celého světa. Jinými slovy, není v moci sportovní redakce nakoupit vysílací práva na všechny důležité světové sportovní události. Z tohoto důvodu tu jsou audiovizuální agenturní zdroje, které se přímo zabývají zprostředkováním každodenního „hrubého sportovního zpravodajství“⁹ v celosvětovém záběru. Sportovní redakce si tedy tyto zdroje předplácí, aby mohla přinášet sportovní zpravodajství v co nejširším měřítku. Jedním z dalších důvodů pak samozřejmě je, že pokud se sportovní redakci z nějakého důvodu nepodaří nakoupit vysílací práva, podobně jako tomu je ve výše uvedeném příkladu s Tour de Ski, má relativní šanci, že divákovi přiblíží důležité momenty díky hrubému materiálu, který pošle agenturní zdroj. Takto zaslaný obrazový materiál pak projde procesem zpracování v technickém zázemí ČT a informace je divákovi zprostředkována ve formě reportáže, jak ji známe z obrazovek ČT.

⁸ Jednotlivým členem může být např. informační instituce z určitého státu

⁹ Hrubé sportovní zpravodajství – audiovizuální materiál, který je určen k dalšímu konkrétnějšímu zpracování

1.2.2 Minulost a současnost informačních agentur

Informace, její potřeba a dostupnost rozhodně není záležitostí pouze moderní doby. Historie vzniku těchto informačních agentur se píše již od konce 18. století, kdy byla založena například agentura Reuters. Vývoj, kterým tyto společnosti prošly od dob jejich vzniku je pochopitelně obrovský. Způsob, kterým se informace distribuuji a potřeba těchto společností obecně se však mění neustále. Zvláště s dostupností stále novějších technologií.

Na počátcích samotného televizního vysílání, v průběhu 50. let 20. století, kdy se televizní vysílání teprve formovalo, byla dostupnost zahraničního materiálu téměř nulová. S rozvojem televizního vysílání, a samozřejmě sportovní zpravodajské činnosti, byl zahraniční materiál velmi žádaný. V 70. letech 20. století představoval zahraniční materiál svitek filmového pásu, který byl dopraven prostřednictvím letecké dopravy na letiště v Praze a odtamtud putoval na zpracování do tehdy Československé televize. Čili materiály natočené z víkendových událostí bylo možné vysílat například až v úterý. Tyto materiály se mnohdy ponechávaly do příštího víkendu, do sobotního vysílání Branek, bodů, vteřin. V této době byl i týden „starý“ zahraniční materiál pro českého diváka nový a zajímavý. Stejně tak byla ovšem problematická dostupnost samotných informací. V 70. letech do sportovní redakce docházel Švýcarský sport jako jediný západní deník. Samotní redaktoři se informace dočetli například se čtyřdenním zpožděním, ale i tak pro ně byly velmi cenné a přínosné.

Technologie, prostřednictvím kterých se informace distribuuji prodělaly od 50. let 20. století do dnes velký pokrok. V průběhu tohoto vývoje byla distribuce informací také ovlivněna jednak stupněm momentálního vývoje samotných technologií a dále na mnoha místech celého světa aktuálním politickým režimem. První distribuce obrazových materiálů ze zahraničí byly zprostředkovávány pomocí letecké dopravy nebo prostřednictvím tzv. radioreléových tras. Pomocí těchto tras bylo možno vytvořit síť, která spojovala jednotlivé uzly, které představovaly informační instituce v různých zemích. Materiál mohly ale sdílet pouze společnosti, které byly součástí sítě. Proto byla doprava zahraničních materiálů prostřednictvím letecké dopravy využívána až do 70. let. Nástupcem radioreléových tras je přenos pomocí satelitního signálu. Jeho použití pro distribuci informací ve větší míře datuje až od 80. let. V této době agenturní společnosti začaly své zpravodajství distribuovat prostřednictvím satelitu. Nástupcem satelitního přenosu je distribuce informací přes internet. Ovšem jelikož je satelitní signál dodnes velmi využívanou a rychlou cestou pro distribuci obrazových materiálů, záleží pak na společnosti, jaký způsob přenosu informací je pro ní výhodnější. Co se týče konkrétních obrazových materiálů, je nutné podotknout, že do 80. let

nebylo zvykem si touto cestou vyměňovat krátký obrazový materiál zpravodajského rázu, ale sdílel se materiál typu zábavné pořady, celé sportovní přenosy, politické události, státní návštěvy či ceremonie. Distribuce či výměna krátkých obrazových materiálů se začala uskutečňovat až na začátku 80. let.

1.2.3 Shrnutí

S neustálým zlepšováním dostupnosti materiálu ze zahraničí začaly být služby informačních agentur čím dál více žádané. Žádané a používané jsou dodnes, nicméně pouze do jisté míry. Velkým mezníkem v této problematice je internet a nové, snazší cesty v přístupu k informacím. Některé společnosti díky internetu expandovali a některé ukončili svou činnost, jelikož se staly nahraditelnými. V zájmu sportovní redakce ČT je předplatit si takové zdroje, které dosahují nejvyšších kvalit, a které v co největší míře využije. I tyto prosperující informační společnosti se musí dynamicky měnit. Například agentura Reuters byla nucena šetřit finance a omezit tak svůj rozšířený zájem o tradiční britské sporty. Oproti tomu agentura SNTV expandovala a přináší nyní více sportovních informací z oblasti Asie. Budoucnost informačních agentur lze tedy jen těžko předpovídat. V současné době jsou však stále nepostradatelným zdrojem pro informační a materiální zabezpečení sportovního zpravodajství v České televizi.

1.3 Představení konkrétních agentur, které redakce využívá

Pro zajištění zahraničního materiálu pro výrobu sportovního zpravodajství využívá sportovní redakce ČT kombinaci informačního servisu tří významných společností. Konkrétními společnostmi jsou audiovizuální komerční agentury Reuters a APTN (SNTV) a audiovizuální nekomerční společenství EBU (EVS). Dále pak sportovní redakce využívá služeb ryze textového agenturního zdroje ČTK. Jak už jsem uvedla výše, zaměřím se pouze na agenturní zdroje audiovizuální.

1.3.1 Agentura Reuters

„Agentura Reuters, zpravodajská a mediální divize Thomson Reuters, je největším světovým mezinárodním poskytovatelem multimediálního zpravodajství, které se denně dotýká více než jedné miliardy lidí. Reuters poskytuje nestranné obchodní, finanční, národní a mezinárodní zpravodajství pro odborníky prostřednictvím Thomson Reuters desktopů, odborných publikací, konferencí a světových mediálních organizací, stejně jako přímo zámožným obchodním profesionálům prostřednictvím reuters.com i přes jiné digitální platformy.“ [Reuters, 2010]¹⁰

Historie agentury Reuters se datuje od roku 1799, kdy bylo založeno vydavatelství s právníkou literaturou Sweet & Maxwell v Londýně. Velký zlom v historii agentury, a zároveň v historii zpravodajství jako takového, nastal v roce 1851, kdy německý přistěhovalec Paul Julius Reuters na základě cenných tržních informací z německých Cách přijíždí do Londýna a uskutečňuje kombinaci dvou možných způsobů pro přenos informací. A to telegrafní kabely v kombinaci s flotilou poštovních holubů k doručování zpráv. Tato neobvyklá nová metoda pomohla agentuře zajistit záviděníhodnou reputaci pro rychlost, přesnost, integritu a nestrannost a poskytla společnosti možnosti pro postupný růst. „Reuters Telegram Company“ již v roce 1858 otevírala kanceláře po celé Evropě a v roce 1870 expandovala do Ameriky a Asie. Dnes jsou kanceláře společnosti Thomson Reuters rozmístěny po celém světě. Agentura Reuters (mediální a zpravodajská divize společnosti Thomson Reuters) je v dnešní době předním dodavatelem aktuálního, vlivného, multimediálního a informačního servisu, který je používán tiskovými a televizními společnostmi, radiovými stanicemi a internetovými servery na celém světě. „2700 ostrílených Reuters novinářů z 200 kanceláří po celém světě přináší rychlé, přesné, objektivní a komplexní pokrytí významných mezinárodních a domácích zpráv v mnoha jazycích“

¹⁰ Autorský překlad

[Reuters, 2010].¹¹ Tím, že agentura svým klientům poskytuje snadný přístup k informacím, video zpravodajství, fotografiím, grafům a nabízí také službu připravených balíčků online zpravodajství, napomáhá tak svým klientům (televizním společnostem jako je např. ČT) uspokojit informační potřeby svých diváků, uživatelů a získávat stále nové publikum.

Po finanční stránce je agentura Reuters běžná komerční společnost, jejíž služby má ČT na základě dlouholeté smlouvy předplacené. Dalo by se říct, že je jedním z nejpoužívanějších agenturních zdrojů, které sportovní redakce pro svou zpravodajskou činnost využívá. Stejně tak je samozřejmě využívána ostatními oblastmi zpravodajství v ČT. Z historického hlediska je Reuters prvním agenturním zdrojem, který byl v ČT používán. Jak už bylo výše řečeno, vznik původně tiskové agentury se datuje již od roku 1799. Obrazový servis, zajímavý pro potřeby sdělovacích prostředků, má kořeny v meziválečné době. Již tehdy agentura začala poskytovat obrazové informace. Zpočátku prostřednictvím fotografií a poté postupně, s vývojem filmové a televizní technologie, prostřednictvím filmového pásu. Jelikož s vynálezem nové technologie většinou následuje její rychlý vývoj a celosvětový rozmach, již v 60. 20. století letech vznikl program Reuters TV založený na tzv. „telerecordingu“ neboli natáčení filmového pásu. Program byl převážně politické povahy, nicméně již v této době se začaly distribuovat i události ze světa sportu. Tyto materiály, v podobě filmového pásu, zakoupeného a letecky dopraveného do ČR byly tedy již v 60. letech zpravodajskými redakcemi v ČT využívány.

Služby agentury Reuters jsou tedy v ČT využívány zhruba 50 let a za tu dobu se samozřejmě způsob jakým jsou informace doručovány změnil. Zhruba od 80. let se začal pro přenos informací využívat satelitní signál. V případě této společnosti už ale i tento moderní a poměrně pohodlný způsob přenosu odnesl čas a agentura Reuters začala distribuovat své informační služby prostřednictvím dnes asi nejrychlejšího a nejmodernějšího způsobu, čímž je internet. Od roku 2008 jsou data k dispozici 24 hodin denně, 7 dní v týdnu prostřednictvím internetového přenosového protokolu FTP (File Transfer Protocol) a webového rozhraní, odkud lze informace stahovat. Jelikož je zpravodajský servis agentury Reuters využíván obecně celým zpravodajským v ČT, jsou z webového rozhraní dostupné zprávy všech témat, mezi kterými lze zvolit zobrazení pouze sportovních zpráv.

Jak z historie agentury vyplývá, společnost se na trhu pohybuje přes 200 let a byla vlastně takovým předchůdcem a průkopníkem v obchodování na trhu s informacemi. Je však obdivuhodné, že společnost byla schopna obstát v konkurenci v období, kdy nastal

¹¹ Autorský překlad

rozmach a vznik dalších informačních agentur. Některé tyto společnosti, které vznikly až v 2. polovině 20. století, prodělaly rychlý nástup a rozvoj, období působení na trhu, ale také zánik, jelikož se postupně, zejména s nástupem dostupnosti informací přes internet, staly nahraditelnými. Je pochopitelné, že za tak dlouhou dobu působení společnost prodělala i několik finančních krizí a hrozil ji úpadek. Někteří odborníci začali působení agentury Reuters zpochybňovat a předpovídat její zánik, ale pokaždé se zatím s krizí společnost vyrovnala dobře. Ač byla agentura nucena šetřit a omezit například své tradiční a dlouholeté zaměření na britské sporty, byla a je schopna si své klienty udržet a dále jim nabízet exkluzivní, aktuální a dynamické informace v celosvětovém měřítku.

1.3.2 Agentura Associated Press (AP)

Dalším komerčním informačním zdrojem, který sportovní redakce České televize pro tvorbu zpravodajství využívá je americká agentura Associated Press (AP), jejíž odnoží je ryze sportovní audiovizuálně zpravodajská agentura Sports News Television (SNTV). Pro úplnost agentura SNTV vznikla partnerstvím mezi mediální společností IMG Media a agenturou AP.

„Associated Press (AP) je hlavní globální zpravodajská síť, poskytující rychlé a nestranné zpravodajství ze všech koutů světa pro všechny mediální platformy a formáty. Každý den více než polovina světové populace vnímá zprávy z AP. Společnost byla založena v roce 1846 a dnes je jedním z největších a nejdůvěryhodnějších nezávislých zpravodajských zdrojů. AP se samy považují za páteř světového informačního systému, který slouží tisícům redakcí denního tisku, rozhlasovým a televizním společnostem a také on-line zákazníkům, kterým poskytuje textové, fotografické, grafické, video a audio zpravodajství. Společnost má centrálu v New Yorku a jejím posláním je být zásadní globální zpravodajská síť, poskytující výrazné zpravodajské služby nejvyšší kvality, spolehlivosti, objektivitu prostřednictvím zpráv, které jsou přesné a vyvážené. Společnost má přes 3 700 zaměstnanců na více než 300 místech po celém světě. Dvě třetiny zaměstnanců agentury AP se věnují pouze zjišťování informací“ [AP, 2010].¹²

Historie společnosti Associated Press se píše již od poloviny 19. století. Společnost založil v roce 1846 Moses Yale Beach, který byl vlastníkem a vydavatelem newyorského deníku The Sun (později The New York Sun). M. Y. Beach tehdy zřídil Pony Express, aby zajistil doručování zpráv z války mezi USA a Mexikem. O tyto zprávy byl velký zájem

¹² Autorský překlad

a proto nabídl sdílení informací konkurenčním newyorských novinám. Čtyři společnosti jeho nabídku přijaly a M.Y. Beach tak začal efektivně organizovat spolupráci, z které brzy vznikla společnost Associated Press. Ta se také díky vynálezu telegrafu Samuela F. B. Morse rychle rozrostla a napomohla tak spojit New York se severní, západní a jižní oblastí Spojených států. Agentura dlouhodobě působila na Americkém kontinentu a až po 2. světové válce expandovala na evropský trh. Od roku založení po současnost má agentura Associated Press za sebou přes 160 let existence, vlastní kanceláře ve 130 zemích celého světa, zhruba 4 000 zaměstnanců a pevné postavení na současném trhu s informacemi.

„148 let od vzniku, v roce 1994, společnost AP spustila činnost mezinárodní televizní divize s centrálním sídlem ve Velké Británii v Londýně. AP Television News (APTN) je v současnosti přední audiovizuálně zpravodajskou agenturou, která denně přináší světové audiovizuální zpravodajství z oblastí jako je sport, zábava, technologie a lidské zájmy pro televizní společnosti a ostatní online a mobilní platformy“ [AP, 2010].¹³

Pro sportovní redakci České televize je nejzásadnější vznik agentury Sports News Television (SNTV), která je sportovní divizí AP Television News. *„SNTV je přední světovou sportovní zpravodajskou agenturou, poskytující sedm informačních sekcí denně, které přináší události, sestřihy a převratné zpravodajství 24 hodin denně, 365 dní v roce. Jediným cílem agentury je jako první poskytnout televizním společnostem nejaktuálnější záběry sportovních událostí daného dne v nejvyšší kvalitě. Smysl této činnosti spočívá v poskytování našim televizním zákazníkům a potenciálním zákazníkům programy, informační zprávy, přehledy a skripty sportovních událostí“ [SNTV, 2006].¹⁴*

Služby agentury SNTV se ve sportovní redakci ČT začaly využívat až v 2. polovině 80. let. Sama mateřská společnost AP se začala obrazovým zpravodajstvím jako takovým zabývat až na počátku 80. let. V tomto období formování audiovizuálního zpravodajství vznikla také v rámci agentury samostatná sportovní sekce SNTV. Z tohoto důvodu se služby této společnosti dostaly do České televize mnohem později, než jak tomu bylo u agentury Reuters. V druhé polovině 80. let měla sportovní redakce služby agentury SNTV pouze na zkoušku (zhruba půl roku), ale z finančního a tehdy zřejmě i ideologického hlediska nebyla služba pravidelnou. Pravidelnou službu audiovizuálního zpravodajství agentury SNTV začala redakce využívat až v 90. letech, také v souvislosti s tím, že v rámci agentury AP teprve oficiálně v roce 1994 vznikla televizní divize AP Television News. Jelikož Agentura začala audiovizuální zpravodajství vytvářet v mnohem technicky vyspělejší době, začala realizovat

¹³ Autorský překlad

¹⁴ Autorský překlad

přenos informací rovnou prostřednictvím satelitního signálu. Tento způsob pro přenos dat je v rámci této společnosti aktuální dodnes s tím rozdílem, že audiovizuální obsah je doplněn textovými informacemi, dostupnými přes internet a konkrétní webové rozhraní.

Existence této společnosti na současném informačním trhu je neohrožená. Je jednou z nejsilnějších a nejstabilnějších informačních agentur, která má stále tendenci expandovat. V posledních letech se například okruh jejího zájmu rozšířil o sportovní události z Asijského kontinentu. Pro sportovní redakci ČT je prozatím nepostradatelným informačním zdrojem.

1.3.3 European Broadcasting Union (EBU) – projekt Eurovision (EVS)

Evropská vysílací unie je největší společenství veřejnoprávních, ale i komerčních televizních a rozhlasových stanic v rámci celé Evropy. EBU je založena na koordinované výměně mediálního obsahu mezi členskými organizacemi.

„Evropská vysílací unie byla založena jako organizace zastřešující rozhlasové a televizní společnosti „západní Evropy“ a svým způsobem byla protipólem Mezinárodní organizaci pro rozhlas a televizi (OIRT), která sdružovala země tzv. „východního bloku“. Po revolučních změnách počátkem 90. let se OIRT, včetně svých členských zemí začlenila do Evropské vysílací unie. Její vznik byl spojen s jedinou myšlenkou, a to, že je zbytečné vyrábět několik pořadů stejného typu, když je možnost si je vzájemně vyměnit, což může přispět i k porozumění mezi jednotlivými stanicemi. Původním sídlem Evropské vysílací unie byl Brusel, později se však přesunulo do Ženevy, kde se nachází dodnes. OIRT sídlila v Praze“ [Wikipedia, EBU].

Organizace EBU byla založena 12. února 1950 na konferenci v pobřežním letovisku Torquay v Anglii, za účasti 23 vysílacích organizací z Evropy a středomoří. V rámci této unie vznikla mezinárodní televizní síť Eurovision Network (EVN), která byla vytvořena za účelem výměny televizních pořadů a obrazového materiálu obecně. Její oficiální zahájení proběhlo 6.června 1954, kdy byl vysílán přímý přenos „Narcissus festival“ v Montreaux ve Švýcarsku do zatím malé sítě evropských televizních stanic. Síť byla tvořena z jednotlivých uzlových bodů (TV stanic) propojených radioreléovými trasami. Tato síť postupem času houstla a rozrůstala. Propojení jednotlivých bodů radioreléovými trasami zasycovalo Evropu až do 70. let 20. století. Od 80. let začala společnost využívat přenos přes satelitní signál. Od jednoduchých začátků, kdy síť EVN pro výměnu obrazového materiálu zahrnovala pouze osm televizních stanic z osmi států, je dnes prostřednictvím této sítě propojena celá Evropa

a v rámci výměny na mezinárodní úrovni je zprostředkováno přes 30 000 zpravodajských příspěvků ročně.

Česká televize byla do 80. let pouze členem Mezinárodní organizace pro rozhlasové a televizní vysílání (OIRT), která byla založena v roce 1946 za účelem zřízení vazeb a výměny informací mezi členskými organizacemi, mezinárodní spolupráce pro řešení jakékoliv záležitosti týkající se rozhlasového a televizního vysílání a za účelem dalšího studia, jehož cílem je rozvoj vysílání. V rámci OIRT vznikla v roce 1961 televizní síť nazvána Intervision (Intervize). Jelikož ale tato organizace sdružovala převážně země centrální a východní Evropy, dostupnost zahraničního materiálu nebyla dostatečná. Výměna obrazových materiálů v rámci EBU již probíhala od roku 1954 (síť EVN), ale v mnohem menším měřítku, než je tomu dnes.

Na přelomu 70. a 80. let přišlo EBU s myšlenkou uskutečnění projektu, v rámci kterého by si jednotliví členové EBU vyměňovali obrazové materiály z žádaných sportovních událostí, na které daná členská organizace vlastnila vysílací práva. S tímto počinem jsou spojeni dva významní lidé ze společnosti EBU, pan Eric Berth a Mike Doherty, kteří od roku 1979 do 1981 navštěvovali představitele konkrétních evropských vysílacích společností a snažili se vytvářet vzájemné dohody. Tuto myšlenku se jim podařilo úspěšně zrealizovat a v roce 1981 vznikl projekt nazvaný Eurovision (Eurovize) a kanál EVS, prostřednictvím kterého byly žádané zpravodajské příspěvky členských televizních společností uvolňovány a poskytovány dalším členům EBU a byla tak nastartována nová koncepce výměny obrazových materiálů, spočívající ve výměně zpravodajských příspěvků. Tento projekt byl tedy založen na principech solidarity, reciprocity a vzájemné domluvy. V praxi výměna fungovala následovně. Jedna z členských organizací vlastnila práva například na španělskou fotbalovou ligu a tak poskytla do výměny sestřih důležitých momentů pro ostatní členy a na oplátku jí do výměny byly nabídnuty sestřihy z německé fotbalové ligy, na kterou vysílací práva neměla. Jednotliví zástupci televizních společností se „scházeli“ jednou týdně na speciálně vytvořené hlasové (telefonické) konferenci, kde se domlouvalo a odsouhlasovalo, co bude ve výměnách nabídnuto. V 80. letech výměna na tomto principu fungovala a jednotlivé příspěvky byly pro členské organizace poskytovány zdarma.¹⁵ Kanál EVS je dodnes aktuální, nicméně již nelze uskutečňovat výměnu na tomto principu, jelikož dnes není běžné, aby konkrétní televizní společnost byla vlastníkem vysílacích práv.

¹⁵ Výměna na tomto principu mohla také fungovat proto, že v té době ještě nebylo zvykem, aby byly sportovní události tolik zatíženy vysílacími právy, jako je tomu dnes

Samotný princip této výměny měl také bohužel od samého začátku své drobné nedostatky. Výměna byla založena na poskytování materiálů, vytvářených pro vlastní zpravodajské relace, které byly nabídnuty dalším partnerům a ti mohli příspěvek zase poskytnout dále v rámci EBU. Toto ovšem nešlo do důsledku praktikovat z toho důvodu, že jednotlivý příspěvek v rámci konkrétní televize byl vytvářen modifikovaně, například se zaměřením na vlastního závodníka a nebyl tak zcela neutrální, jak by měl v rámci mezinárodní výměny být. Z tohoto důvodu se hned v začátcích vžilo, že tyto příspěvky se připravovaly zhruba v délce dvou až čtyř minut tak, aby byly schopny poskytnout zásadní informaci, kterou lze dále modifikovat a konkretizovat.

Česká televize se do projektu Eurovize zapojila poměrně brzy od jeho vzniku, přibližně od roku 1982. Ovšem pro Českou televizi výměna z počátku nebyla zdaleka tak efektivní, jako byla například pro země západní Evropy mezi sebou. Česká televize mohla výměnu v rámci EBU nahrávat, nicméně do ní z počátku nešlo zasahovat. Což znamenalo, že pokud byl od České televize žádán nějaký příspěvek, bylo dost obtížné ho po technologické stránce zprostředkovat. Tyto problémy však nespočívaly v technologii samotné, ale byly spojeny především s tehdejšími režimy, v kterém byla komunikace se zahraničím velmi obtížná a záměrně stěžovaná. Uvolnění pak přišlo v roce 1986, kdy začala být komunikace se zahraničím čím dál častější. Další nevýhoda ve výměně na této úrovni spočívala pro Českou televizi v tom, že sdílený obsah byl silně nevyvážený. A to jak v případě výměny v rámci EBU tak ve zpravodajském servisu OIRT. Z tohoto důvodu vznikl další způsob, jak získat materiál ze zahraničí, zejména pokud šlo o záběry týkající se Československých reprezentantů. Právě v rámci OIRT se na toto konto vytvořila neoficiální síť kontaktů na konkrétní osoby, které měly výměnu obrazových materiálů v dané televizní společnosti na starost. Prostřednictvím těchto kontaktů tak bylo možné získat opravdu konkrétní obrazový materiál, který měl pro československého diváka informační hodnotu. Samozřejmě stejně tak se Česká televize snažila poskytnout obrazový materiál televizní společnosti z jiné země.

Výměny sportovního zpravodajství v rámci EBU jsou pro sportovní redakci dodnes velmi příjemným a kvalitním zdrojem informací. I když dnes již nejsou poskytovány informace zdarma, jako tomu bylo dříve, stále platí, že je to zdroj několikanásobně méně nákladnější než komerční informační agentury. Dnes je Česká televize rovnocenným aktivním členem EBU s právem do výměn zasahovat a přispívat. EBU má hlavní sídlo a technické zázemí v Ženevě, odkud je výměna koordinována. Koordinátorskou službu mají dva stálí lidé, administrativní pracovníci v Ženevě a dále je zvykem, že dalším koordinátorem je daná osoba

z jedné z členských organizací, která má jednou za určitou dobu týdenní koordinátorskou službu. Tento systém je do jisté míry personálně a tím pádem i finančně náročný a žádá si jistých změn. Nicméně každopádně musí být v technickém centru osoba, která jednak výměnu koordinuje a také která hlídá, zda jsou informace od členských organizací v pořádku po technologické stránce. Koordinace výměn má však jednu další důležitou funkci, kterou je nakupování nebo tzv. čištění autorských práv pro poskytnutí nějakého obrazového materiálu. Mohu zde uvést konkrétní příklad. Sportovní redakce ČT tradičně nabízí do výměn zápasy Davisova poháru, který se týká české reprezentace a soupeře z jiné země. Ovšem aby je mohla do výměn poskytnout, musí dát vědět sloužícímu koordinátorovi v Ženevě. Pokud má o daný příspěvek zájem více členů, EBU uvolní potřebnou finanční částku a koordinátor zařídí vyčištění autorských, které vlastní Mezinárodní tenisová federace se sídlem v Londýně. Poté co koordinátor potvrdí uvolnění autorských práv pro zpravodajské účely, může být příspěvek do výměn poskytnut.

Tento pohled do zákulisí mohl vyvolat dojem, že systém EBU a distribuce sportovních obrazových materiálů prostřednictvím kanálu EVS je velmi spletitá a složitá. Pro pochopení to tak jistě je, nicméně je to dlouhodobě ověřený systém, který pro své uživatele zaručuje celkové zpracování a zpřístupnění relevantních a použitelných informací bez očividných zmatků a komplikací. EBU je vyspělá společnost, která má v dnešní době 75 aktivních členů z 53 zemí celé Evropy a 43 partnerů z celého světa. Kromě centrály v Ženevě má kanceláře v Pekingu, Bruselu, Londýně, Madridu, Moskvě, Singapuru a Washingtonu. Prostřednictvím svých specializovaných sítí přináší až 20 000 hodin živých sportovních programů ročně včetně každodenní distribuce zpravodajských relací.

1.3.4 Zhodnocení

Služby těchto tří společností jsou jedním ze základních způsobů získávání zahraničního materiálu pro tvorbu sportovního zpravodajství ČT a v současné době jsou pro sportovní redakci nepostradatelné. Služby těchto společností jsou využívány především pro jejich tematickou rozmanitost, všestrannost a dále jsou zárukou vysoce relevantních a ověřených informací. V současné době stále vznikají nové informační agentury, ale současným trendem je tematicky se zaměřovat na konkrétní druh sportu. Není tedy pravděpodobné, že by se v dohledné době objevila společnost, která by mohla výše uvedeným společnostem konkurovat. Kombinace sportovního informačního servisu těchto tří společností je pro zajištění sportovního zpravodajství momentálně nejlepší dostupnou variantou na trhu s informacemi.

2 Popis agenturní činnosti a struktury redakce v rámci výroby sportovního zpravodajství

2.1 Základní informace o pořadu Branky, body, vteřiny

Hlavní příprava pořadu Branky, body, vteřiny probíhá každý den od 16:00 do 19:35, kdy začíná jeho televizní vysílání. Pořad se skládá z jednotlivých reportáží, které mapují aktuální sportovní události z celého světa. Skladbu celého pořadu vytváří jeho moderátor, který sestavuje tzv. bodový scénář¹⁶. Moderátor si také může klást požadavky na způsob zpracování jednotlivých reportáží, které zpracují přítomní redaktori. Zpracování reportáží se většinou rozděluje podle tematického zaměření každého z redaktorů. Obrazový materiál je čerpán ze všech informačních zdrojů, které byly popsány v předchozí kapitole. Dalšími hlavními osobami, kteří se podílí na tvorbě zpravodajství jsou produkční, režisér, asistentka režie, agenturník a techničtí pracovníci. Dále by měl být vždy přítomen editor, který hlídá případné chyby, které se v reportážích mohou objevit. V případě časové tísně a velké pracovní vyčerpání je většinou k dispozici pomocný režisér.

Pořad by měl být připravený k vysílání zhruba do jeho začátku. Jelikož jsou ale BBV dynamickým zpravodajstvím, je velmi časté, že některé informace se doplňují až v průběhu vysílání. Jsou to například aktuální informace ze současně probíhajících sportovních událostí. Také se stává, že se na nějaké obrazové materiály čeká. Pokud příspěvek není zařazen mezi prvními, lze ho velmi rychle zpracovat ještě na začátku vysílání. V tomto případě pak redaktori nestihnou reportáž „namluvit“¹⁷ a redaktor ji komentuje živě ze studia. Pořad BBV trvá zhruba 14 minut.

2.2 Představení agenturní činnosti (práce agenturníka)

Agenturní činnost v České televizi je využívána především pro tvorbu každodenního sportovního zpravodajství. Proces zpracování agenturních informací má v daný den na starosti jeden „agenturník“¹⁸. Jeho práce by se dala charakterizovat jako průběžné zpracovávání audiovizuálních informačních zdrojů, které představují společnosti, popisované v předchozí kapitole. Tyto společnosti denně poskytují sestřihy ze zahraničních sportovních událostí z celého světa a jejich zkrácené pracovní názvy jsou Reuters, SNTV a EVS. Jelikož tyto

¹⁶ Bodový scénář – soupis neboli seznam konkrétních událostí, které budou do zpravodajské relace zpracovány příslušnými redaktory

¹⁷ Nahrávání slovního komentáře k obrazové informaci na jeden nosič (kazetu)

¹⁸ Agenturník – informační pracovník, který má na starosti zpracování agenturních informací

společnosti denně produkují velké množství audiovizuálních příspěvků, je pro zpravodajskou činnost velmi důležité, mít v daný okamžik podrobný přehled o příchozích informacích. Hlavním úkolem agenturníka je včas příchozí informace zpracovat a informovat o nich moderátora BBV. Agenturník svou službu začíná ve 14:00 a v 16:00 musí moderátorovi poskytnout zpracovaný přehled o doposud příchozích informacích. Pokud v rámci agenturního zpravodajství přijde nečekaně zajímavý obrazový materiál, agenturník o něm moderátora BBV informuje a moderátor dle vlastního uvážení může příspěvek použít. Požádá o jeho zpracování některého z přítomných redaktorů a poté ho zařadí do bodového scénáře. V případě významné sportovní události, na kterou sportovní redakce nemá zakoupená práva, je běžnou praxí, že se příchod hrubého obrazového materiálu očekává právě prostřednictvím agenturních zdrojů. Proto jsou agenturník a moderátor BBV v neustálém telefonickém kontaktu.

2.3 Organizační struktura a komunikace při tvorbě sportovního zpravodajství (BBV) z pohledu agenturníka

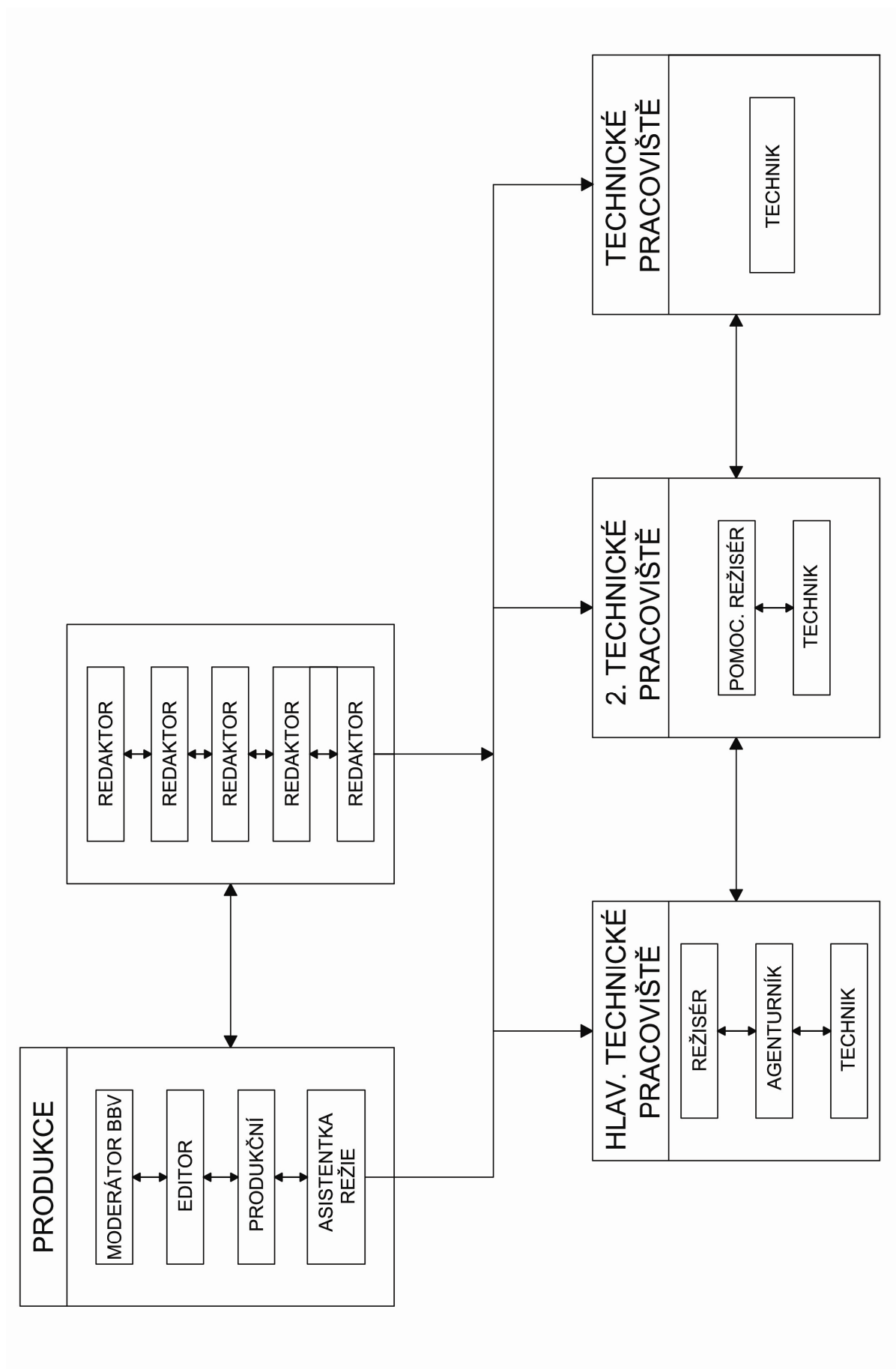
Zpracování agenturní zdrojů probíhá na dvou konkrétních technických pracovištích - „střižnách“¹⁹, které jsou předně určeny na výrobu sportovního zpravodajství (agenturník má své zázemí na jednom pracovišti, ale v případě že jsou stroje pro natáčení vytiženy, natáčí se agenturní relace na druhém pracovišti). V rámci celkové přípravy BBV agenturník úzce spolupracuje s techniky (kteří jsou na každém pracovišti a zajišťují jeho obsluhu), režisérem, asistentkou režie, redaktory a moderátorem BBV. Celkový dohled a koordinaci tohoto procesu má na starosti produkční. Kancelářské prostory, kde mají své pracovní zázemí produkční, moderátor BBV, redaktoři a asistentka režie (tzv. produkce), nejsou v přímé blízkosti s technickými pracovišti, kde pracují režisér, agenturník a technik. Z tohoto důvodu, jsou tato místa a lidé v neustálém propojení přes telefonní linky nebo tzv. hlasové zařízení, které funguje na principu vysílačky. Při podržení tlačítka můžeme komunikovat s konkrétním místem, které si zvolíme. Jinak redaktoři se postupně střídají v docházení za režisérem a s ním vytvoří reportáž, kterou mají na starost. Živou spojkou, která se neustále pohybuje mezi všemi články procesu a částečně ho koordinuje, je asistentka režie. Všichni účastníci dohromady vytváří komunikační a informační systém, jehož výsledným produktem jsou sportovní zpravodajské relace ve své finální podobě, jak je mohou denně sledovat diváci České televize.

¹⁹ Střižna – slovo odvozené od činnosti stříhu obrazového materiálu – úprava, výběr konkrétních záběrů

2.3.1 Model organizační struktury

Pro představení prostředí zpravodajské části sportovní redakce ČT jsem na základě vlastních zkušeností vytvořila model organizační struktury, který znázorňuje prostory, v kterých se příprava zpravodajství odehrává, a osoby, které zpravodajství vytváří. V horní části modelu jsou znázorněny kancelářské prostory produkce a kancelářské prostory pro redaktory, které jsou v těsné blízkosti a jsou centrem obsahového zpracování informací. Ve spodní části modelu jsou znázorněna tři technická pracoviště. Hlavní technické pracoviště je centrem technického zpracování informací. Druhé technické pracoviště se využívá v případě vytíženosti hlavního tech. pracoviště a režiséra. Všechny zpracované informace jsou prostřednictvím kazety přenášeny do specifického tech. pracoviště, které slouží pro převod hotových zpracovaných informací do vysílacího serveru.

Tato organizační struktura popisuje uspořádání výhradně v rámci procesu tvorby zpravodajství a proto zde nejsou uvedeny vyšší organizační struktury jako je vedení sportovní redakce atp.

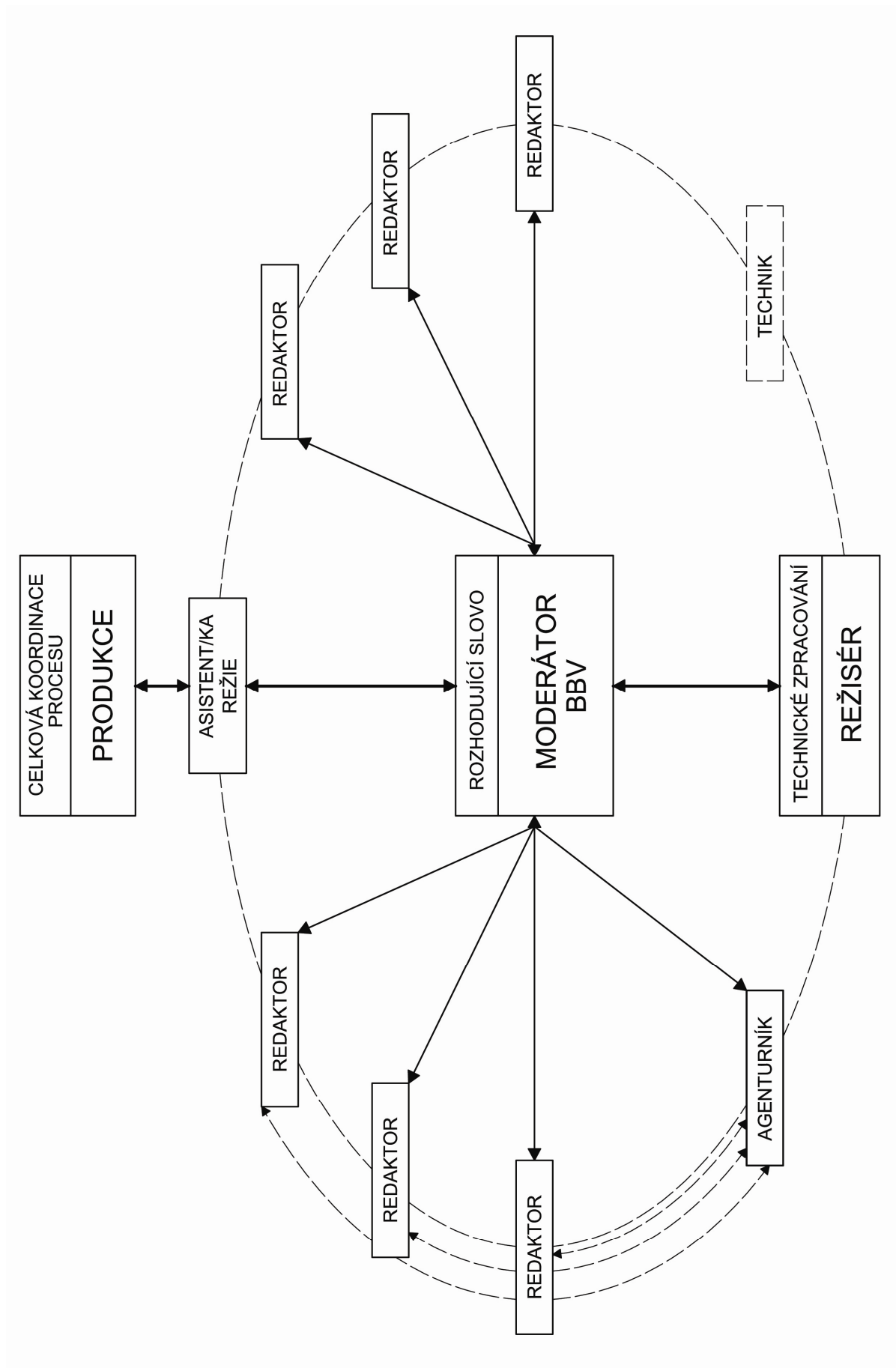


Model 1: Organizační struktura sportovní redakce ČT pro tvorbu sportovního zpravodajství

2.3.2 Funkční model interní komunikace

V rámci organizační struktury jsem dále vytvořila model interní komunikace mezi hlavními účastníky procesu tvorby sportovního zpravodajství (BBV). Tento model naznačuje směry komunikace a hlavní úlohy v celém procesu, o kterých jsem se již výše zmínila. Model komunikace má dva výrazné prvky. **Elipsu**, která naznačuje provázanost komunikace a hlavní **středovou linii**, která vyznačuje hlavní komunikační dráhu. Všechny komunikační dráhy modelu jsou obousměrné. Komunikace v rámci středové linie probíhá také přímo mezi jednotlivými osobami, ne pouze v uvedeném pořadí. V modelu jsem tuto komunikaci nenaznačovala zvlášť, z důvodu zachování přehlednosti modelu. Osoby znázorněné na elipse mezi sebou šipky nemají. To je učiněno záměrně z důvodu, že komunikace osob naznačených na elipse probíhá, ale není vždy důležitá pro samotný proces tvorby zpravodajství.

Celkový dohled a organizaci má na starosti produkční. Proto je pozice znázorněna ještě nad elipsou, ale zároveň je uvedena v hlavní středové linii. Asistentka režie se stará o koordinaci všech osob a činností a neustále se pohybuje mezi prostory produkce a technickým zázemím. Proto je uvedena také ve středové linii a zároveň na vrcholu elipsy. Nejdůležitější osobou je v procesu tvorby zpravodajství moderátor a proto je uveden ve středu celého modelu. Hlavní linii uzavírá ve spodní části elipsy režisér, který je v aktivní komunikaci s všemi osobami v rámci elipsy i středové linie. V modelu je zvýrazněna pozice agenturníka, z jehož pohledu byl v zásadě vytvořen. Agenturník je nejvíce v kontaktu s režisérem, moderátorem a jednotlivými redaktory. Pozice technika je znázorněna pomocí přerušované čáry, jelikož do procesu bezpochyby patří, nicméně nezastává výraznou komunikační funkci. Jelikož tento model probíhá v uzavřeném prostředí sportovní redakce, není doplněn o jeho vnější vlivy. Vnější vlivy v tomto případě ovlivňují rozhodování osob či komunikované informace, nicméně neovlivňují způsob, jakým je v procesu komunikováno.



Model 2: Funkční model interní komunikace při tvorbě sportovního zpravodajství

2.4 Vysvětlení okolních činností pro pochopení způsobu zpracování agenturních zdrojů

Informační agentury dodávají své zpravodajské sestřihy po celý den v pravidelných časech (s výjimkou mimořádných zpráv k nějaké významné události). Jsou to zhruba 15-20 minut dlouhé relace, které musejí být natáčeny na nosič – páskovou kazetu, aby bylo možné s nimi dále pracovat. Nicméně jednotlivé relace mohou také být mnohem kratší nebo mnohem delší. Záznam relací má na starost technik. Ten se na daném pracovišti řídí podle „objednávky“, kterou musí každý den napsat a vytisknout produkční. V objednávce jsou uvedené přesné časy vysílání agentur, které musí technik natočit. Agentury SNTV a EVS jsou distribuovány prostřednictvím satelitního signálu a zpravodajství agentury Reuters je dostupné prostřednictvím internetu a protokolu FTP. Z toho vyplývá, že u relací SNTV a EVS je nutné hlídat konkrétní časy a spouštět záznam, na rozdíl od informačního servisu Reuters, který lze sledovat v internetovém rozhraní a zpracovat ho v relativně libovolnou dobu.

Prostředky, které agenturník pro svou práci využívá, jsou zejména kazety, dva linkované sešity s pevnými deskami a počítač. K natáčení agenturních relací se používají analogové kazety, na které je možno nahrát 1 hodinu a 50 minut audiovizuálního záznamu. Na jednu kazetu se vždy nahrávají pouze relace jedné z agentur. Každá kazeta (i prázdná) a její obal jsou vždy označeny identifikačním číslem (které je tvořené pro archivní systém). Dále pak technik nebo agenturník označí kazetu papírovým štítkem s názvem agentury a datem, kdy byla „založena“²⁰. Do kazety musí být také vložena „soupiska“, která slouží pro rychlou orientaci v natočeném záznamu. Na soupisce je uveden „timecode“²¹ a velmi stručná informace čeho se jednotlivý příspěvek týká. Jedna kazeta pro natáčení zpravodajských relací dané agentury vystačí na zhruba jeden až tři dny. To se samozřejmě liší podle množství a délky příspěvků, které agentura denně vyprodukuje. Sešity agenturník používá pro informační zpracování příchozích zpráv. Jeden sešit je v největší míře používán v rámci technického pracoviště a druhý slouží zejména pro přehled moderátora BBV a redaktory.

²⁰ Datum založení kazety – označení od kterého dne se na kazetu začalo nahrávat agenturní zpravodajství

²¹ Timecode - časový údaj, který specifikuje umístění konkrétní informace na pásku kazety

2.5 Návaznost zpracování agenturních zdrojů

Agentury vysílají své relace takřka po celý den. První zpravodajství začíná v 6:00 a poslední ve 23:00 každý den. Služba agenturníka začíná ve 14:00 a končí zhruba ve 20:00. Agenturník tedy může technicky obstarat relace v tomto časovém rozmezí. Mimo přítomnost agenturníka natáčí agenturní zpravodajství sám technik a zapisuje příchozí informace pouze do soupisky kazety. První a poslední relace dne (v 6:00 a 23:00) je automaticky nahrávána do paměťového serveru, jelikož v tuto dobu se na technických pracovištích nepracuje a není tak přítomen ani technik. První ranní služba pak tyto dvě relace z paměti serveru vybere a natočí na příslušné kazety. Agenturník tedy zpracovává tyto relace zpětně. Poslední relace, kterou agenturník během své služby zpracuje, je v 19:15. Po příchodu agenturníka na svou službu je tedy nejdříve nutné zpracovat ty relace, které přišly od odchodu minulého agenturníka.

Den č. 1				Příchod agenturník č.1					
Agenturní relace	6:00 6:15	9:15	11:30	14:00	18:00	19:15	21:00	22:15	23:00
Den č. 2				Příchod agenturník č.2					
Agenturní relace	6:00 6:15	9:15	11:30	14:00	18:00	19:15	21:00	22:15	23:00
Den č. 3				Příchod agenturník č.3					
Agenturní relace	6:00 6:15	9:15	11:30	14:00	18:00	19:15	21:00	22:15	23:00

Obr. 1: Návaznost pracovní činnosti jednotlivých agenturníků

2.6 Způsob zpracování a evidence konkrétních informací

Evidence konkrétních informací má svůj specifický systém. Již zde bylo řečeno, že k vedení evidence příchozích zpráv jsou používány dva sešity. Každý ze sešitů obsahuje takřka totožné informace, ale způsob jejich zápisu se liší. Pro názorný příklad uvedu ukázkou zápisu konkrétních informací (s rozdílem, že reálný zápis je prováděn ručně, ne elektronicky). Pracovní názvy sešitů, pro srozumitelnost v mé práci, jsou „technický sešit“ a „redaktorský sešit“. Pro zjištění konkrétních informací a jejich timecodů na dané kazetě musí agenturník ovládat základní práci s rekordérem²². Kazetu vloží do stroje, přetočí záznam k poslednímu zápisu v sešitu a navazuje tak na práci svého kolegy. Pomocí zrychleného přetáčení si příspěvky prohlíží, provádí jejich identifikaci a zapisuje timecode začátku a konce.

2.6.1 Technický sešit

Technický sešit slouží v největší míře samotnému agenturníkovi, aby měl neustálý přehled o příchozích informacích a mohl je kdykoli pohotově poskytnout dalším osobám. Z tohoto důvodu jsou v tomto sešitě podrobně zaznamenávány i timecodey jednotlivých příspěvků. Při vznesení dotazu musí být agenturník schopen rychle podat údaje o žádaném příspěvku, kazetě na které se nachází a v ideálním případě sdělit režisérovi přesný timecode, aby mohl rovnou začít se zpracováním audiovizuálního materiálu. Jelikož je tento sešit na technickém pracovišti téměř neustále k dispozici, za nepřítomnosti agenturníka je velmi často využíván přímo technikem, režisérem i samotnými redaktory. Slouží pro rychlou a přesnou orientaci v obsahu kazet s agenturním zpravodajstvím. Dále je tento systém zápisu informací využíván k následné archivaci dat.

Co se týče konkrétního zápisu, je velmi důležité stránku nadepsat názvem agentury a aktuálním datem. Poté následuje zápis timecodů a k nim příslušných informací. Většinou kazeta vystačí déle než jeden den. Při pokračování na kazetě založené předchozí den je nutné v levé části stránky napsat malým písmem datum, aby bylo srozumitelné, které informace již nespádají pod datum uvedené v nadpisu. Zápis informací do jednotlivých řádků má také svou specifickou strukturu. Nejdůležitější údaje pro zápis do technického sešitu jsou **druh sportu**, **lokalita** konání, **názvy soutěžících týmů** nebo **jména konkrétních osob**, popřípadě jiné **události**, které se daného sportu týkají (tréninky, tiskové konference, jednání atd.) Tyto údaje by měli být do sešitu zapsány za sebou v tomto pořadí, přičemž nejdůležitější umístění představuje **druh sportu**, který musí být vždy na prvním místě, z důvodu rychlé orientace.

²² Rekordér – záznamové zařízení

	SNTV od 28.2.10		č. kazety: 2G 5630
	0'30''	2'00''	HOKEJ NHL - Colorado x Toronto
	2'10''	3'48''	- Pittsburgh x Nashville
	3'57''	5'24''	- NY Rangers x Chicago
	5'35''	8'45''	FOTBAL - Manchester UN x Barcelona (před) TK, Trénink
	8'50''	11'13''	OH – sestřihy 16 (Lyže – M slalom, Ž běh, Rychlobruslení týmy – M, Ž)
	11'20''	15'00''	GOLF USA - PGA 1 - vede JOHNSON (rozhovor WOODS)
	15'08''	17'10''	OH - RYCHLOBRUSLENÍ - 5km - Sáblíková - zlato
	17'22''	19'03''	FOTBAL - Manchester UN x Barcelona - fanoušci - výtržnosti
	19'25''	22'16''	PLAVÁNÍ (USA) - M. Phelps - trénink, TK
	22'25''	25'35''	OH - LYŽE slalom - 1. Rieschová (Záhrobská bronz)
29.2.	25'40''	27'18''	FOTBAL Chelsea - nový trenér, TK
	27'27''	33'19''	TENIS Miami 3 - muži, sestřihy (djo x nad, fed x ber, mur x rod)

Obr. 2: Ukázka zápisu informací do technického sešitu

2.6.2 Redaktorský sešit

Do redaktorského sešitu pak agenturník přepisuje informace z technického sešitu, nicméně mění formu zápisu. V redaktorském sešitě chybí jakékoliv údaje o nosiči informace, ale informace sama o sobě se rozepisuje podrobněji. Pro moderátora BBV a redaktory není až tak důležité, kde konkrétně se informace nachází. Informační hodnotu zde plní samotný přehled všech doposud přichozích informací a především jejich podrobný popis.

Začátek zápisu daného dne je vždy název dne a datum. V rámci konkrétního dne jsou pak informace rozděleny podle agenturních společností. Dále je v rámci jedné agentury vypsáno, co vše v daný den přišlo. Konkrétní záznamy je ideální tematicky seřadit, ale není to nezbytné. Pokud se obrazový materiál dvou agentur k jedné události shoduje, stačí informaci zapsat jednou a pouze k ní doplnit poznámku, že stejný materiál je také k dispozici ve zpravodajství další agentury. Struktura samotného zápisu jednotlivých příspěvků je stejná jako u technického sešitu, ale je obohacena o detailnější informace, jako jsou například skóre zápasů nebo jména vítězných závodníků²³. V ostatních případech agenturník uvede zda se jedná o trénink, tiskovou konferenci nebo například slavnostní zahájení sportovní události. Dále je důležité zaznamenat jména osob, se kterými byl poskytnut rozhovor nebo známých osobností, kterým je v příspěvku věnována pozornost. V zápise pak agenturník zdůrazňuje události, v kterých nějakým způsobem figurují čeští reprezentanti nebo které se týkají České republiky obecně. Agenturník také může opatřit záznam vlastní poznámkou, jako například krásné záběry, nekvalitní obraz, chybný zvuk atd.

²³ Ve většině případů se uvádí pouze vítěz nebo první tři umístění

Sobota 28.2.2010	
SNTV	
HOKEJ NHL - Colorado x Toronto 5:3	
- Pittsburgh x Nashville 2:4	
- NY Rangers x Chicago 3:1	
FOTBAL Manchester x Barcelona - před zápasem (trénink, přípravy - Ronaldo na hřišti) (i EVS)	
- TK - Ferguson	
FOTBAL Manchester x Barcelona - fanoušci v ulicích, výtržnosti, zásah policie	
OH – sestřihy z 16. dne – Lyže - muži slalom – 1. G. Razzoli (i Reuters)	
- ženy běh - 1. J. Kowalczykova	
– Rychlobruslení - muži týmy – 1. Kanada	
- ženy týmy – 1. Německo	
OH - RYCHLOBRUSLENÍ - 5km - obrázky ze závodu - 1. SÁBLÍKOVÁ, 2.Growsová	
3. Ditrichová	
OH - LYŽE - slalom - 1. Rieschová, 2. Vonnová, 3. ZÁHROBSKÁ (i Reuters)	
GOLF PGA (USA) - po 1. kole vede JOHNSON (hra + rozhovor WOODS)	
PLAVÁNÍ (USA) - M.Phelps - trénik + TK (chce překonat světový rekord na 200 m volný zp.)	
EVS	
OH – sestřihy z 16. dne - Hokej (o bronz) - Slovensko x Finsko 3:5	
- Curling (finále) - Kanada x Norsko (zlato Kanada)	
Neděle 29.2.2010	
SNTV	
FOTBAL Chelsea - nový trenér - A. Brown - TK, rozhovor	
TENIS Miami - muži - sestřihy z 3. dne	
Djokovic x Nadal 4-6, 5-7 (rozhovor Nadal)	
Federer x Berdych 6-4, 6-7, 3-6	
Roddick x Murray 6-2, 6-3	

Obr. 3: Ukázka zápisu informací do redaktorského sešitu

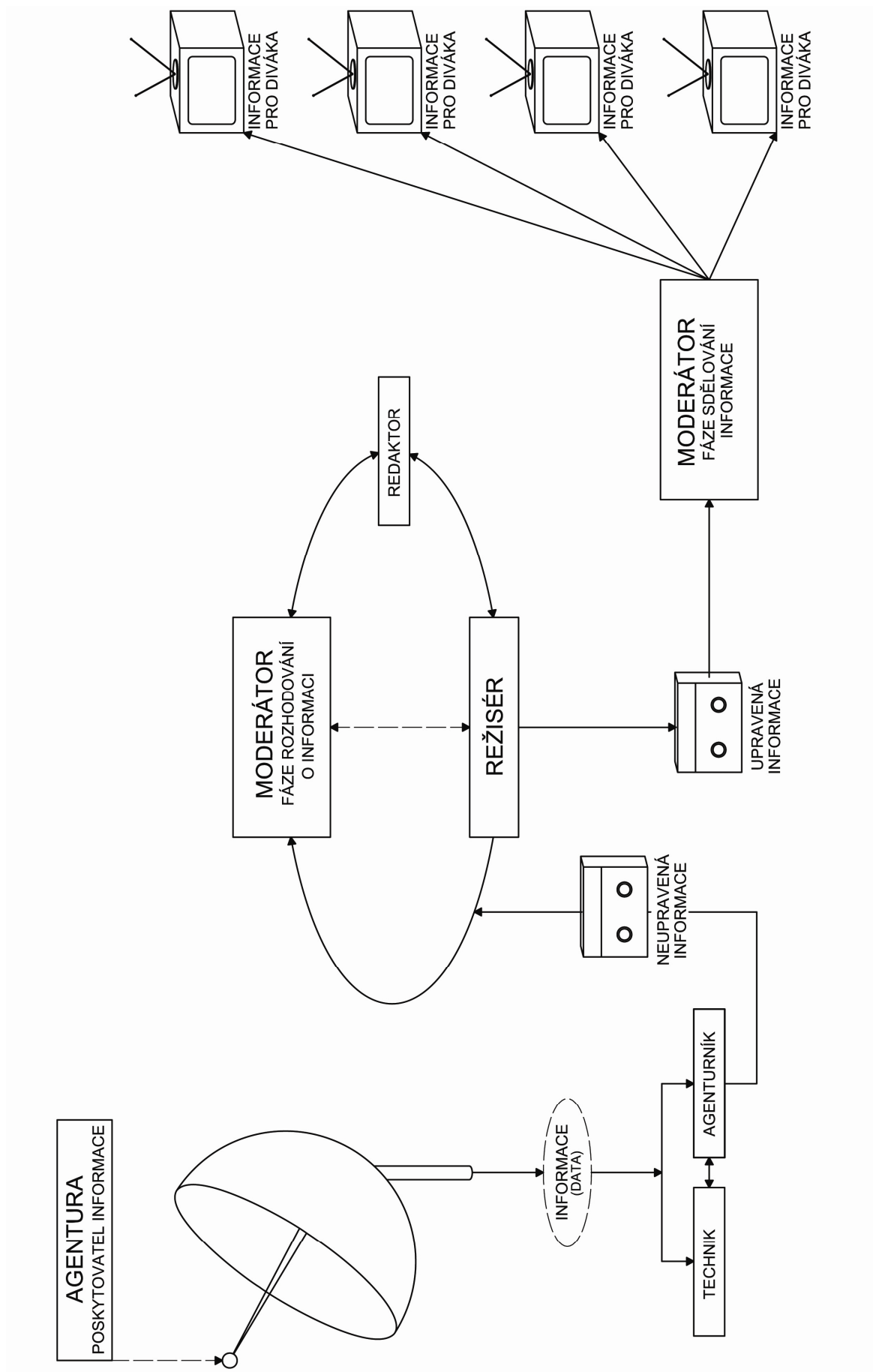
2.6.3 Porovnání a zhodnocení obou zápisů

Jak můžeme na příslušných obrazových ukázkách vidět, informace v technickém sešitě kopírují obsah jedné konkrétní kazety a jsou doplněné o údaje umístění na pásku kazety. Informace jsou řazeny podle toho, v jakém pořadí je posílá agenturní společnost. Oproti tomu informace v redaktorském sešitě udávají souhrn všech příspěvků, které daná agentura denně vyprodukuje. Řazení pak vytváří agenturník podle názvu agentury a příspěvky mohou být řazeny tematicky (což je individuální, každý agenturník má trochu odlišný způsob zápisu).

Zaznamenané informace jsou využívány různým spektrem lidí na dvou různých místech. Proto je nutné zdvojení záznamu do dvou příslušných sešitů. Nejdůležitějším důvodem, proč se oba způsoby záznamu liší, je plnění rozdílné informační potřeby. Technický sešit plní zejména funkci **lokační** a redaktorský sešit čistě **informační**. Pokud jsou oba zápisy provedeny správně, jejich funkce se vzájemně doplňují a je tak umožněn hladký průběh v procesu zpracování konkrétního příspěvku pro diváka. Systém evidence agenturních zdrojů již ve sportovní redakci úspěšně funguje několik let a bezesporu je to propracovaný a spolehlivý systém. Když jsem tento systém poznávala, zdál se mi být velmi zastaralý a neaktuální, vzhledem k možnosti použití moderních technologií jako editace v PC, rozeslání pomocí elektronické pošty, kopírování, tisk atd. Po téměř roční zkušenosti jsem svůj názor změnila. Když jsem začala konkrétně přemýšlet o tom, jakými prostředky udělat systém modernější a zejména efektivnější, došla jsem k názoru, že jakékoli zapojení moderních technologií by naopak systému jeho efektivitu ubralo a způsob zaznamenávání informací by se tak mohl stát zbytečně složitějším.

2.6.4 Model procesu zpracování agenturních informací – tok informací

Uvedený model naznačuje tok agenturních informací v procesu jejich zpracování při tvorbě sportovního zpravodajství. Začátek procesu je znázorněn u agentury, která je poskytovatelem informace a prostřednictvím satelitního signálu ji ve formě dat posílá do ČT. Poté, co se data zaznamenají na příslušný nosič a projdou agenturním zpracováním, se z nich stávají informace. Jedná se ale o informace v neupravené formě, v které pokračují do dalšího procesu zpracování. Poté, co se moderátor rozhodne informaci použít, předá ji na zpracování redaktorovi a režisérovi. Redaktor zpracuje především obsahovou stránku a režisér technickou stránku informace. Od režiséra již vychází upravená informace, která je poté prostřednictvím moderátora a zpravodajské relace sdělována divákovi. Vnější vlivy u tohoto modelu působí na agenturu jako poskytovatele informací a projevují se na tematickém zaměření počtu distribuovaných informací. Dále mohou vnější vlivy působit na sledovanost diváků. Proces zpracování informace se s ohledem na vnější vlivy nemění.



Model 3: Proces zpracování agenturních zpráv při tvorbě sportovního zpravodajství

3 Možnosti hodnocení kvality informací sportovního zpravodajství České televize

V poslední kapitole mé bakalářské práce bude věnován prostor pro hodnocení kvality informací. Kvalita informací představuje souhrn důležitých vlastností, které by měly informace ve zpravodajství rozhodně obsahovat. Mezi tyto vlastnosti patří například relevance, pravdivost či kvalita zpracování. Pro sportovní zpravodajství ČT je hodnocení kvality důležitou činností z důvodu získávání nových diváků a dosahování tak vysoké sledovanosti. Hodnocení kvality informací je samozřejmě důležité pro sportovní redakci a její tvorbu jako celek, nicméně v této části práce se opět zaměřím především na sportovní zpravodajství. V rámci této kapitoly bude také uvedena obrazová ukázka, která znázorňuje formu, ve které informace distribuují agenturní zdroje a jakým způsobem se s nimi pracuje. Kapitulu bude uzavírat průzkum, uskutečněný v rámci intenzivního pracovního nasazení ve sportovní redakci při letošních Zimních olympijských hrách ve Vancouveru (dále také jako ZOH)

3.1 Úvod do problematiky kvality informací a jejího hodnocení

V dostupné literatuře o kvalitě informací se většinou setkáváme s pojmem „kvalita dat“ (data quality), či „měření kvality dat“ (measuring data quality). Některé zdroje pracují s pojmy data a informace jako se synonymními pojmy, jiné je rozdělují na bázi modelu data, informace, znalosti²⁴. Problematika pojmu „kvalita informací“ (information quality) se odvozuje od kvality dat, ale v současné době je kvalita informací považována za specifický problém, který je předmětem intenzivního výzkumu. Na téma kvality informací se koná řada konferencí jako například Information Quality Conference²⁵ [KRÁL, ŽEMLIČKA, 2006, s. 220].

Definovat pojem „kvalita informací“ je velmi obtížné, jelikož v něm není jedna ustanovená definice, která by tento pojem přesně vystihovala. Jednak se definice většinou liší podle oboru, pro který jsou informace hodnoceny a také zde neexistuje míra nebo označení absolutní kvality, protože velmi podstatnou složkou v hodnocení informací je míra subjektivity [WANG, 2005, s. 38].

²⁴ Model Data-informace-znalosti viz obrazová příloha IV.

²⁵ Information Quality Conference: <http://www.infoimpact.com>

Pro definici pojmu „kvalita“ existuje normativní dokument ISO 9000:2005, který kvalitu definuje jako: „*Schopnost souboru vnitřních vlastností uspokojit požadavky*“²⁶. Ve spojení s touto definicí a mírou subjektivity při hodnocení informací, bychom mohli kvalitu informací považovat za **schopnost souboru vnitřních vlastností produktu nebo služby vyhovět potřebám daného uživatele**.

Metriky, podle kterých můžeme hodnotit kvalitu dat a informací se rozdělují na objektivní a subjektivní [PIPINO, 2002, s. 211]. Objektivní metriky lze vždy znovu vypočítat z dat, kterých se týkají a jsou většinou číselné. Subjektivní metriky hodnotí způsob, jakým data vznikla, případně kvalitu zdroje dat. Dále to jsou například metriky hodnotící důvěryhodnost dat, stupeň jejich utajení, dostupnost, atd. [KRÁL, ŽEMLIČKA, 2006, s. 217]. Tato hodnocení a metriky jsou většinou používány ve spojení s managementem informačních systémů (Management Information Systems) a hodnocením dat v rámci velkých organizací či společností.

V mé práci bude hodnocena kvalita dat a informací v rámci sportovního zpravodajství České televize. Na základě nastudované literatury obecného charakteru se pokusím o převedení obecných informací o informační kvalitě do problematiky kvality informací ve sportovním zpravodajství.

3.2 Pro koho je sportovní zpravodajství určené

Sportovní zpravodajství ČT přináší každý den všeobecný přehled sportovního dění z domácího prostředí i z celého světa. Zprostředkovává krátké sestřihy z významných i méně významných sportovních událostí a blíže se zaměřuje na úspěchy českých sportovců. Zpravodajství a samotné informace musí být vytvářeny takovým způsobem, aby zaujaly co největší možnou skupinu lidí, kteří se tak stanou pravidelnými uživateli informací v této formě. Jinými slovy, zpravodajství musí být obecně orientované na českého diváka. Pojmy uživatel informací sportovního zpravodajství a divák sportovního zpravodajství by se daly považovat za rovnocenné, nicméně v mé práci používám návrh vlastní typologie:

1. Náhodný divák sportovního zpravodajství
2. Pravidelný divák sportovního zpravodajství
3. Divák ze zvýšeným zájmem o sport - „sportovní fanoušek“
4. Profesionální uživatel sportovního informačního servisu

²⁶ Autorský překlad

Tyto skupiny naznačují pravidelnost sledování sportovního zpravodajství a také do jaké míry se divák o sport zajímá a jaké jsou jeho znalosti z této oblasti. Náhodný divák sportovního zpravodajství se rád dozví novinky ze světa sportu, ale není to přímým předmětem jeho zájmu. Oproti tomu pravidelný divák sportovního zpravodajství sportu částečně rozumí a o sportovní dění se zajímá. Divák se zvýšeným zájmem o sport může být samotný sportovec, sportovní „nadšenec“ či „fanoušek“ konkrétního sportu. Profesionální uživatel sportovního zpravodajství může informační servis využívat pro získání důležitých informací ke svému zaměstnání či podnikání. Informace v podobě textu jsou většinou rychleji dostupné prostřednictvím internetu, ale sportovní zpravodajství poskytuje jedinečný obrazový servis z běžně nedostupných zdrojů.

Z tohoto rozdělení vyplývá, že každá skupina diváků má jinak vysoké nároky na kvalitu sportovního zpravodajství a hodnoty informací se pro každou z těchto skupin liší. Zásadou sportovního zpravodajství ČT však je vyhovět této široké škále diváků a vytvářet takové zpravodajství, aby bylo **dostatečně srozumitelné pro laika a zároveň plně hodnotné pro profesionální znalce sportovní problematiky.**

3.3 Možné způsoby hodnocení kvality sportovního zpravodajství ČT

V hodnocení kvality sportovního zpravodajství jsem se rozhodla informace rozdělovat podle modelu Data, informace, znalosti a rozhodla se tak inspirovat odbornou literaturou z knihy Information Quality [WANG, 2007, s. 3]. „*Vztah mezi daty, informacemi a znalostmi je velmi důležitý. Data jsou často vnímána jako jednoduchá fakta. Jsou-li data dána do kontextu a sloučena v rámci nějaké struktury, stávají se z nich informace. Je-li prostřednictvím interpretace dán informacím význam, stávají se z informací znalosti.*“²⁷ Data a informace tedy mnohdy podléhají jiným kritériím pro hodnocení či měření jejich kvality. Podle uvedeného modelu spolu však tyto pojmy úzce souvisí. Data se po přidání informační hodnoty mění na informace a naopak. Z tohoto úzkého vztahu pak plyne, že **při hodnocení kvality informací velmi záleží na kvalitě dat. Dále pak záleží na kvalitě zpracování informací.**

²⁷ Autorský překlad

Kvalitu informací sportovního zpravodajství ČT jsem na základě dané literatury rozdělila do dvou hledisek:

- **Hodnocení kvality informací, z kterých je sportovní zpravodajství dále tvořeno**
Kvalita dat – technická stránka informace - interní hodnocení v rámci redakce
- **Hodnocení kvality informací sportovního zpravodajství**
Kvalita informace – celkové hodnocení informace - externí hodnocení uživatelem
(Kvalita zpracování informace, obsahová i technická kvalita)

3.3.1 Hodnocení kvality dat pro tvorbu sportovního zpravodajství

Data pro tvorbu sportovního zpravodajství jsou reprezentována hrubým audiovizuálním materiálem, z kterého se zpravodajství vytváří. Tyto materiály mohou být různých kvalit z různých zdrojů, které redakce využívá pro informační zajištění sportovního zpravodajství. V rámci inspirace obecnou literaturou předkládám vlastní hlediska pro hodnocení těchto dat.

Hlediska hodnocení audiovizuálního materiálu

Obraz

Kvalita obrazového materiálu se liší především podle toho, z jakého je zdroje. Nej kvalitnější obrazové materiály jsou ve sportovní redakci takové, které si redakce pomocí vlastních technických prostředků (kamer atd.) zajistí. Kvalita obrazu u příspěvků z agenturních zdrojů je ve většině případů srovnatelná, ale někdy bývá snížena. Ke snížení kvality pak také dochází u obrazového materiálu, který byl několikrát přepsán z jednoho nosiče na další. Touto cestou pak vznikají tzv. „dropy“²⁸. Dále mohou nastat technické problémy při přenosu dat, například různé výpadky signálu, kterými se obraz znehodnotí. Pokud je poškození kvality obrazového materiálu velké, dochází k bariérám při přijetí a následném zpracování dat.

²⁸ (z angl. drop - pokles) – chyba jednoho okna, z kterých se obrazový materiál skládá. Jeden drop je při vysílání okem téměř nepostihnutelný, nicméně pokud se v rámci jednoho příspěvku vyskytne takovýchto chyb více za sebou, snížení kvality může být znatelné

Zvuk

Při tvorbě sportovního zpravodajství jsou zvukové kvality důležité především u obrazového materiálu, který obsahuje rozhovory nebo například tiskové konference. Problémy mohou nastat při jakémkoli přenosu dat, kdy se může stát, že dojde k technickým problémům a zvuk u obrazového materiálu chybí či je poškozen. Zvuková stopa může být také chybná už při jejím nahrávání. V takových případech opět vznikají bariéry při předávání informací a materiály jsou nepoužitelné.

Při tvorbě sportovního zpravodajství však nejsou na kvalitu zvuku tak vysoké nároky jako u obrazového materiálu. Je to především proto, že u většiny reportáží je obraz doplněn slovním komentářem redaktora.

Obrazový formát

Nejčastějšími formáty dat pro vytváření a vysílání obrazového materiálu jsou v současné době obrazové formáty 4:3 a 16:9. Donedávna byl nejběžnější formát 4:3. Dnes ho již čím dál více nahrazuje formát 16:9. Česká televize dnes v tomto formátu vysílá většinu svých pořadů. Jiné formáty mohou zpracování zkomplikovat a při převodu do správného formátu může dojít ke ztrátě dat.

Relevance

V tomto případě značí relevance stupeň zaměření obrazového materiálu na potřebnou informaci, která má být ve sportovním zpravodajství sdělena.

Včasnost

Pro sportovní zpravodajství je samozřejmě důležitá rychlost nabytí dat pro vytvoření informace. Toto hledisko často rozhoduje o tom, který materiál bude pro vytvoření informace použit. Na obrazové materiály se mnohdy při výrobě zpravodajství čeká. Do centra technického zpracování mohou data dorazit různými způsoby. Vlastní obrazový materiál bývá dopraven na příslušném nosiči, při větších vzdálenostech se pak používá satelitní přenos nebo internetový přenos přes FTP protokol. Agenturní zdroje používají pro distribuci dat také satelit či internet.

Porovnatelnost

Toto kritérium jednak hodnotí možnost jednotlivá data porovnávat, ale také spojovat data z různých zdrojů. Problémy mohou být s vysoce rozdílnou kvalitou obrazu, nejednotností formátů či metod pořizování dat. Významné sportovní události

jsou většinou zpracovány více než jedním agenturním zdrojem. Každá agentura však může poslat rozdílné záběry ke stejné události. Při srovnatelné kvalitě obrazového materiálu lze jednotlivé zdroje kombinovat.

Shrnutí

Při stoprocentním naplnění všech těchto kritérií jsou data plně kvalitní a připravená k následnému zpracování a vytvoření kvalitní informace. Pro vytvoření kvalitního zpravodajského příspěvku **však není nutné splnění všech kritérií**. Jak jsem již naznačila výše, ne vždy je potřeba například kvalitní zvuková stopa nebo kombinace obrazových materiálů z různých zdrojů. Na druhou stranu splnění kritérií obrazu, jeho formátu, relevance a včasnosti jsou základními podmínkami pro kvalitu dat a další zpracování.

3.3.2 Hodnocení kvality informací sportovního zpravodajství

Při hodnocení informací ve sportovním zpravodajství hodnotíme celkovou kvalitu informace, která je ve své finální podobě vysílána ve sportovních zpravodajských relacích. Celková kvalita zpracované informace zahrnuje technická i obsahová kritéria. V předchozí části jsem již uvedla, že technická kvalita informace se odvíjí především od kvality dat. V této části se tedy více zaměřím na hodnocení formální a obsahové stránky informace, které jsem opět rozčlenila do několika hledisek.

Hlediska hodnocení obsahové stránky informace

Relevance

Relevance je jednou z nejdůležitějších vlastností, kterou by měla sdělovaná informace mít. Pokud o sdělované informaci prohlásíme, že je relevantní, znamená to, že obraz a slovní komentář redaktora se v reportáži přesně doplňují a sdělovaná informace je podstatná, výstižná a popřípadě přínosná.

Pravdivost

Neméně důležitým kritériem pro hodnocení kvality informací je jejich pravdivost. Sportovní redakce si prakticky nemůže dovolit použít mylné či zavádějící informace. Při tvorbě reportáže ovšem může dojít k nechtěné chybě. Například může dojít k záměně jmen osob, s kterými je prováděn rozhovor, či může nastat písemná chyba

ve výsledkové tabulce apod. Takovéto chyby by se v profesionálním prostředí stávat neměly a sportovní redakce samozřejmě dělá vše pro jejich eliminaci. Nicméně dle mého názoru je důležité mít na paměti, že tvůrci zpravodajství jsou také pouze lidé a tudíž jsou drobné chyby omluvitelné.

Srozumitelnost

Srozumitelnost informace je pro hodnocení kvality velmi podstatným hlediskem. Toto hodnocení ale není příliš snadné. Srozumitelnost informace se odvíjí od zájmu, znalostí a vědomostí uživatele. Proto je povinností redaktora doplnit obrazový materiál natolik srozumitelným slovním komentářem, aby informaci porozumělo co možná nejširší spektrum diváků.

Způsob podání

Způsob podání informace by měl co nejvíce divácky přívětivý. V rámci sportovních zpravodajských relací je informace nejprve uvedena moderátorem a poté je odehrána reportáž. Každý moderátor i redaktor má svůj individuální „rukopis“, kterým informace zpracovává. Forma podání je tedy velmi individuální a záleží na konkrétních osobách.

Shrnutí

Stoprocentní naplnění hledisek pro obsahovou stránku informace **nemusí ještě splňovat celkovou kvalitu**, jako tomu je u hodnocení technické stránky informace. Je to především kvůli subjektivnímu způsobu hodnocení informace. Hodnocení kvality je proto ovlivněno znalostmi, zkušenostmi a konkrétním zájmem diváka. Z mého pohledu je tedy prakticky nemožné konkrétní informaci definovat jako stoprocentně kvalitní. Nicméně všichni spoluvůrci sportovního zpravodajství by se měli **vždy vynasnažit o maximální naplnění výše uvedených hledisek** pro uspokojení co nejširšího diváckého spektra.

3.3.3 Možnosti modifikace dat pro zajištění kvality informací

O obsahovou stránku informace se starají především redaktor a moderátor zpravodajství. Redaktor je v zásadě tvůrcem reportáže, její formy i obsahu. Moderátor pak píše text, kterým konkrétní informaci uvádí při zpravodajské relaci. Moderátor má také rozhodující slovo o výsledné formě reportáže. Pro zajištění informační kvality pro široké divácké spektrum, je audiovizuální a textový materiál různě redaktorem modifikován.

Modifikace je nejčastěji prováděna:

1. Redukcí informací či dat
2. Doplněním informací či dat (například z jiného zdroje)
3. Vystihnutím podstaty informace pro českého diváka

Pro hodnocení formální a obsahové stránky informací jsou dle mého názoru kritéria o mnoho přísnější. Pokud z nějakého důvodu není zajištěna dostatečná kvalita určitých dat, stále je možné se rozhodnout a tato data ve zpravodajství nepoužít. Pokud ale z nějakého důvodu dojde ke snížení kvality informace, většinou už ji nejde vrátit zpět a informace je odvysílána. Z tohoto důvodu procházejí informace při tvorbě zpravodajství několika kontrolami. Kontrolu hotových příspěvků provádí několik osob jako například režisér, redaktor, moderátor zpravodajství a také produkční. Někdy se stává, že je chyba odhalena až technikem, který informací ukládá do vysílacího serveru nebo asistentkou režie.

3.3.4 Zhodnocení - možnosti, kterými lze kvalitu dat i informací ovlivnit

Kvalitu dat lze ovlivnit jejich správným výběrem pro zpracování informace. V případě agenturních zdrojů se běžně stává, že danou informaci zpracují všechny společnosti a poskytnou k nim audiovizuální materiál. Někdy se konkrétní příspěvky agenturních zdrojů naprosto shodují, někdy jsou záběry rozdílné a někdy se liší pouze kvalitou. V tomto případě může kvalitu informace ovlivnit agenturník tím, že ke zpracování nabídne audiovizuální materiál (data) v nejvyšší kvalitě.

Kvalitu informací pak ovlivňují především dovednosti režiséra a redaktora. Režisér by měl eliminovat případné technické chyby obrazu, kterých si všimne při zpracování a redaktor by měl informaci logicky uspořádat a opatřit srozumitelným komentářem.

Celkově lze zhodnotit, že kvalitu dat lze ovlivnit jen částečně. Jak jsem uvedla výše, data lze ovlivnit jejich správným výběrem, použitím, či jejich včasnou dostupností. V rámci procesu zpracování sportovního zpravodajství však nelze ovlivnit jejich tvorbu a tudíž také

jejich technickou kvalitu. Dostupnost dat (včasnost) lze ovlivnit u zpracování dat z vlastní tvorby sportovní redakce, nikoliv pak data z agenturních zdrojů.

Kvalitu obsahové stránky informace a způsob jejího zpracování informace lze ovlivnit vždy, jelikož záleží především na dovednostech a schopnostech jejich tvůrců. Proto si myslím, že tato ovlivnitelná část informace by měla vždy dosahovat co nejvyšších možných kvalit.

V tomto případě je tedy mezi daty a informacemi základní rozdíl v možnostech splnění kvality. Při stoprocentním splnění všech kritérií můžeme data ohodnotit jako plně kvalitní, na rozdíl od informací, u nichž i přes stoprocentní naplnění všech kritérií nemusí být kvalita zaručena z důvodu subjektivního pohledu jejího hodnotitele.

3.4 Obrazová ukázka zpracování agenturního sportovního zpravodajství v rámci sportovní redakce České televize

V souvislosti s hodnocením kvality informací bych zde ráda názorně ukázala, jakou formou jsou informace (ve formě dat) z agenturních zdrojů distribuovány a jakým způsobem agenturník se zdroji pracuje. Pomocí obrazových ukázek se pokusím přiblížit, jaké prostředky má agenturník k dispozici pro přesnou identifikaci jednotlivých zpravodajských příspěvků a jak se tedy z dat stávají informace. Moment, kdy data přecházejí v informace bych v tomto případě rozdělila na dvě fáze. Nejdříve se data stávají informacemi po jejich převedení ze satelitního signálu na nosič, do podoby audiovizuálního materiálu. Druhou fází je v tomto případě rozpoznání a zpracování informací agenturníkem, čemuž se bude následující obrazová ukázka podrobně věnovat.

Každá ze společností zajišťuje identifikaci informací různými způsoby, které si konkrétně představíme. Kromě doplňujícího informačního servisu, který společnosti poskytují prostřednictvím internetu, záleží při zpracování také na konkrétní osobě, která zpracování provádí. Po delší praxi nebo při zvýšeném zájmu o sportovní události je agenturník schopen identifikaci provést na základě svých vlastních znalostí a zkušeností.

Pro ukázkou byla vybrána jedna specifická informace, která byla obdržena od všech tří společností. Stejná informace byla vybrána z důvodu, aby bylo možné dobře porovnat formu, ve které společnosti informace posílají, a rozdíly v jejich zpracování. Ukázka byla vybrána z období Zimních olympijských her 2010 ve Vancouveru a konkrétně se jedná o sestřihy z 16. dne olympijských her (dále také jako OH). Takovéto sestřihy agentury zpracovávaly každý den. Ukázkou tohoto typu jsem vybrala z důvodu, že se jedná o stejné události, zpracované a zprostředkované různými formami. Co se týče obrazového materiálu, může se stát, že agentury pošlou totožné záběry, ale také se stává, že jedna z agentur dodá unikátní záběry, které se v příspěvcích ostatních agentur nevyskytují.

3.4.1 Agentura SNTV (AP)

Zpravodajství agentury SNTV je distribuováno prostřednictvím satelitního signálu každý den v určených časech. Jak už bylo výše řečeno, záznam jednotlivých relací zajišťuje příslušný technik. Agenturník pak pracuje s materiálem na příslušné kazetě. V případě agentury SNTV provádí agenturník identifikaci podle informačních titulků, které agentura k obrazovým materiálům připojuje. Na začátku každé relace SNTV je nejprve uvedena soupiska všech příspěvků, které budou v rámci aktuální relace vysílány. Hlavní pomůckou

pro správnou identifikaci příspěvku je pak informační titulek, který je uveden před každým jednotlivým příspěvkem. Podrobnější informace o příspěvku jsou dostupné prostřednictvím internetu, kde najdeme přehled všech odvysílaných příspěvků daného dne a jejich podrobný popis neboli „skript“²⁹.

Příklad

Na tomto obrázku je ukázka soupisky jednotlivých příspěvků, které agentura SNTV uvádí vždy před svou relací. Na soupisce jsou uvedeny stručné názvy všech příspěvků, které budou následně vysílány, a příslušná „stopáž“³⁰ každého příspěvku. V ukázce se budeme soustředit na sestřihy z 16. dne olympijských her, čemuž odpovídá příspěvek s názvem „Olympics Vancouver 16 Early“ o délce 5 minut a 57 vteřin. Tato úvodní tabulka slouží agenturníkovi především k rychlé kontrole, zda se jednotlivé příspěvky neopakují (zda již nebyly vysílány v minulé relaci). Pokud si je agenturník jistý, že daný příspěvek je již natočen, může nahrávání přerušit a začít s nahráváním u dalšího příspěvku.³¹



sntv SNTV Europe ME Up	
Golf Singapore 4	01:59
* Olympics Vancouver 16 Late	04:48
Olympics Vancouver 16 Early	05:57
Olympics Bobsleigh	03:17
Olympics Canada	02:21
Olympics China	02:11

Obr. 4: Soupiska agentury SNTV před zahájením zpravodajské relace

²⁹ Skript – podrobný popis událostí v rámci konkrétního obrazového materiálu

³⁰ Stopáž – délka konkrétního příspěvku v minutách a vteřinách

³¹ Obsluhu rekordérů má na starost technik, nicméně zkušenější agenturník většinou ovládá základní činnosti jako nastavení kazety pro nahrávání, zahájení a ukončení záznamu (není to však jeho povinností)

Před každým konkrétním příspěvkem je uveden informační titulek, nesoucí důležité informace pro jeho identifikaci, kterými jsou:

Název příspěvku

- slouží pro prvotní tematickou identifikaci (konkrétní druh sportu, událost, osoba)
- v tomto případě agenturník z názvu pozná, že se jedná o 16. den ZOH ve Vancouveru

Stručný popis (Story)

- stručné přiblížení, o co se v příspěvku jedná, bližší identifikace příspěvku
- pokud se jedná např. o fotbalový zápas, často jsou zde uvedeny týmy a výsledek zápasu
- v tomto případě agenturník zaznamená, že se jedná o aktuální sestřihy z 16. dne ZOH

Ostatní položky představují spíše doplňující informace. Uvedené **datum** a **lokalita** se vztahuje k času a místu konání události. Položka „Duration“ udává **stopáž**, v položce „Type“ je uvedeno, že se jedná o obrazový materiál s přirozeným zvukem, tzv. „**ruchy**“³². V položce „Source“ je uveden **zdroj** obrazového materiálu, kterým je v tomto případě Mezinárodní Olympijský výbor (IOC), který je vlastníkem olympijských vysílacích práv.



Obr. 5: Informační titulek vztahující se k jedné konkrétní informaci v rámci relace SNTV

³² Ruchy – označení pro zvuky, které zachycuje kamera při nahrávání obrazového materiálu

Pro získání podrobných informací o daném příspěvku má agenturník k dispozici webové rozhraní, které je znázorněno v obrazové ukázce. Zde se nachází soupis odvysílaných příspěvků v horní části obrazovky a jejich podrobný popis v dolní části obrazovky. Toto rozhraní slouží pro práci i s jinými agenturami, a proto jsou v horní liště možnosti výběru agentury. Ostatní výběrová pole slouží pro vyhledávání konkrétních příspěvků pomocí časové a tematické specifikace. V seznamu příspěvků jsou časové údaje a aktuální datum, které představuje den, kdy agentura informaci distribuuje (ne datum konání sportovní události). Dále je k seznamu připojena ikona oka, která vyznačuje, že příslušný příspěvek byl již odvysílán.

Pomocí těchto konkrétních informací může agenturník plně dokončit identifikaci příspěvku a informace využít k podrobnějšímu popisu do redaktorského sešitu. V rámci naší ukázky byl označen příspěvek „Olympics Vancouver 16 Early“. Z uvedeného skriptu agenturník poznamená seznam závodů, které obrazový sestřih obsahuje a v ideálním případě ke každému závodu uvede alespoň jeho vítěze. Znění zápisu viz obr. 2. a 3.

The screenshot displays the SNTV web interface. At the top, there is a navigation bar with the date 'Neděle 28. února', the agency 'Agentura: APTV', the topic 'Téma: Vše', and the page number 'Strana 1'. Below this is a control bar with 'Auto: ☐', 'Počet: Den', 'Aktualizovat: 1 min', and 'Text: sport'. The main content area is divided into two sections. The top section is a list of events, each with a time, a status icon (eye), and a title. The bottom section is a detailed shotlist for the Vancouver 2010 Winter Olympics, organized by event type and time.

Event List:

- 0160 14:35:03 AP-APTN-1200: Chile Earthquake 6 Sunday, 28 February 2010
- 0175 13:54:35 AP-APTN-1130: Chile Earthquake 5 Sunday, 28 February 2010
- 0174 13:52:57 AP-APTN-1030: ++Chile Earthquake 5 Sunday, 28 February 2010
- 0173 13:36:39 AP-SNTV-1020: Olympics Vancouver 16 Late Sunday, 28 February 2010
- 0172 13:34:33 AP-SNTV-1200: Olympics Vancouver 16 Late Sunday, 28 February 2010
- 0168 13:24:56 AP-SNTV-1200: Olympics Vancouver 16 Early Sunday, 28 February 2010
- 0167 13:22:49 AP-SNTV-1200: Olympics Vancouver 16 Early Sunday, 28 February 2010
- 0162 13:11:09 AP-SNTV-1200: Olympics China Sunday, 28 February 2010
- 0151 11:40:15 AP-SNTV-1020: Olympics Vancouver 16 Late Sunday, 28 February 2010
- 0146 11:32:17 AP-SNTV-1020 Sport F-L-A-S-H- Sunday, 28 February 2010
- 0145 11:32:05 AP-APTN-1030: Chile Earthquake 4 Sunday, 28 February 2010
- 0143 11:18:11 AP-SNTV-1020 Sport F-L-A-S-H- Sunday, 28 February 2010

SHOTLIST: Vancouver/Whistler, British Columbia, Canada. February 27th, 2010. (IOC - see above for restrictions):

MEN'S SLALOM:
Whistler

- 00:00 Crowd in finishing area
- 00:04 Bode Miller slides out at the top of the course in the first run
- 00:15 Giuliano Razzoli wins gold medal
- 00:38 Ivica Kostelic wins silver medal
- 00:50 Andre Myhrer wins bronze medal
- 01:02 Medallists on podium

WOMEN'S CROSS-COUNTRY SKIING 30KM MASS START CLASSIC:
Whistler

- 01:09 Various of start of race
- 01:17 Justyna Kowalczyk beats Marit Bjørgen in finish sprint to take gold medal
- 01:47 Aino-Kaisa Saarinen wins bronze
- 01:55 Medallists on podium

MEN'S SPEEDSKATING TEAM PURSUIT:
Vancouver

- 02:01 Canada beat the United States to win the gold medal
- 02:30 Canadian Prime Minister Steven Harper applauding
- 02:33 Canadian team with national flags
- 02:38 Netherlands beat Norway to take bronze

WOMEN'S SPEEDSKATING TEAM PURSUIT:
Vancouver

- 03:00 Start of semi-final Germany v USA
- 03:03 Various slow-motion of Germany's Anna Friesinger-Postma losing balance and falling onto ice then looks up t

Obr. 6: Webové rozhraní agentury SNTV

3.4.2 Agentura Reuters

Z uvedených audiovizuálních zdrojů je agentura Reuters jediná, která své zpravodajství distribuuje prostřednictvím internetu. Zpravodajství je dostupné přes webové rozhraní, které má agenturník přístupné přes přihlašovací údaje. Agentura má denně určené časy, ve kterých své příspěvky doplňuje a obnovuje. Její zpravodajství je však dostupné 24 hodin denně, 7 dní v týdnu. Díky tomuto systému může agenturník zpravodajství zpracovat v relativně libovolnou dobu své služby.

Jelikož agentura příspěvky zpřístupňuje přes internetový protokol FTP, způsob převodu obrazového materiálu na kazetu je jiný, než při nahrávání satelitního signálu. Pro tento převod spolu musí agenturník i technik spolupracovat a převod může být proveden pouze na jednom technickém pracovišti, kde má agenturník své zázemí a kde je počítač technicky propojen s příslušnými rekordéry. Agenturník prostřednictvím webového rozhraní zajistí výběr nových příspěvků, které mají být převedeny na kazetu a technik zajistí převod jako takový. Během jedné agenturní služby se převod provádí jednou nebo dvakrát, podle počtu nově příchozích příspěvků nebo aktuální potřeby.

Příklad:

Na tomto obrázku je znázorněno webové rozhraní pro zpracovávání sportovního informačního servisu agentury Reuters. Je zde k dispozici seznam příspěvků, které agentura každý den produkuje. Příspěvky je možné dohledat zhruba deset dní nazpět. K výpisu příspěvků jsou k dispozici doplňující informace jako ID příspěvku, stopáž, datum a čas přiřazení. Oranžové ikony slouží pro spuštění převodu příspěvku na kazetu a zelená značka v pravé části stránky označuje, která videa již byla zpracována. Spuštění příspěvku a jeho převod na kazetu je možné provádět opakovaně.

V rámci porovnání formy konkrétní přichozí informace mezi jednotlivými agenturami jsem na obrázku daný příspěvek vyznačila. Příspěvek nese název „Canada-Olympic highlights“³³ a na úvodní stránce je zároveň uvedena bližší charakteristika. Díky této charakteristice může agenturník příspěvek hned na začátku jeho zpracování částečně identifikovat. Tyto informace jsou většinou dostačující pro zápis do technického sešitu.

REUTERS WORLD NEWS EXPRESS

WNEsport | Online Help | Contacts | Logout

STORIES ADVISORIES PLAYOUT HISTORY SUPPORT

Search Stories... All SEARCH

NOW PLAYING OUT
HAITI-QUAKE/RAINS - Eight people are feared dead due to floods as the rainy season begins.
0:00 01:02

Stories

« Previous Page 1 2 3 4 5 Next Page »

All Advisory Af Daily America Asia CEEF Europe EVO Financial Germany Innovations Latin Life Mid East R Rep Showbiz Sports Subcon Subcon Extra Support Services World

SPORTS (Turn Off Advisories) Add page to Copy Folder

Item ID	Title	Service	Duration	Arrived	Actions	Played
6106SP	GREECE-SOCCER AEK V ERGOTELIS - AEK beat Ergotelis in Greek league (Rev. 5)	Sports	00:56	Feb 28 11:04	+	✓
7033SP	MEXICO-TENN ATP TENNIS - Ferrer ends Ferrero streak to win Acapulco title. (Rev. 2)	Sports	01:59	Feb 28 08:12	+	✓
7023SP	CANADA-OLY / USA BOBSLED GOLD - Americans end 62-year draught in bobsleigh with gold medal.	Sports	02:42	Feb 28 06:31	+	✓
6166SP	CANADA-OLY USA LUGE AUCTION - U.S. luge team contributes to Ebay auction to benefit Georgian luger's family.	Sports	01:31	Feb 28 04:09	+	✓
7020SP	CANADA-OLY TICKET SCALPERS - Tickets for the ice-hockey final in high demand. (Rev. 2)	Sports	02:22	Feb 28 04:02	+	✓
7001SP	CANADA-OLYMPIC HIGHLIGHTS - Canada wins gold in snowboard and speedskating to ensure top of the medal standings. (Rev. 2)	Sports	05:58	Feb 28 03:35	+	✓
7003SP	USA-GOLF PGA GOLF - Brandt Snedeker leads after the third round of the Phoenix Open. (Rev. 2)	Sports	01:30	Feb 28 03:24	+	✓
6112SP	ITALY-SOCC LAZIO FIORENTINA - Late equaliser sees Fiorentina draw at Lazio in Serie A.	Sports	01:20	Feb 28 00:20	+	✓
6147SP	CANADA/FILE-OLY-COE/BECKHAM LONDON 2012 - Coe says London gearing up for party Games (Rev. 2)	Sports	03:31	Feb 27 22:09	+	✓
6128SP	UAE-TENNIS FINAL - Rain halts Dubai final with Djokovic leading by a set. (Rev. 4)	Sports	02:00	Feb 27 20:47	+	✓

Total stories for selected service(s): 197

« Previous Page 1 2 3 4 5 Next Page »

Obr. 7: Webové rozhraní agentury Reuters

³³ Highlights – sestřihy (v rámci sport. redakce je velmi často využíváno v anglické formě – „highlighty“)

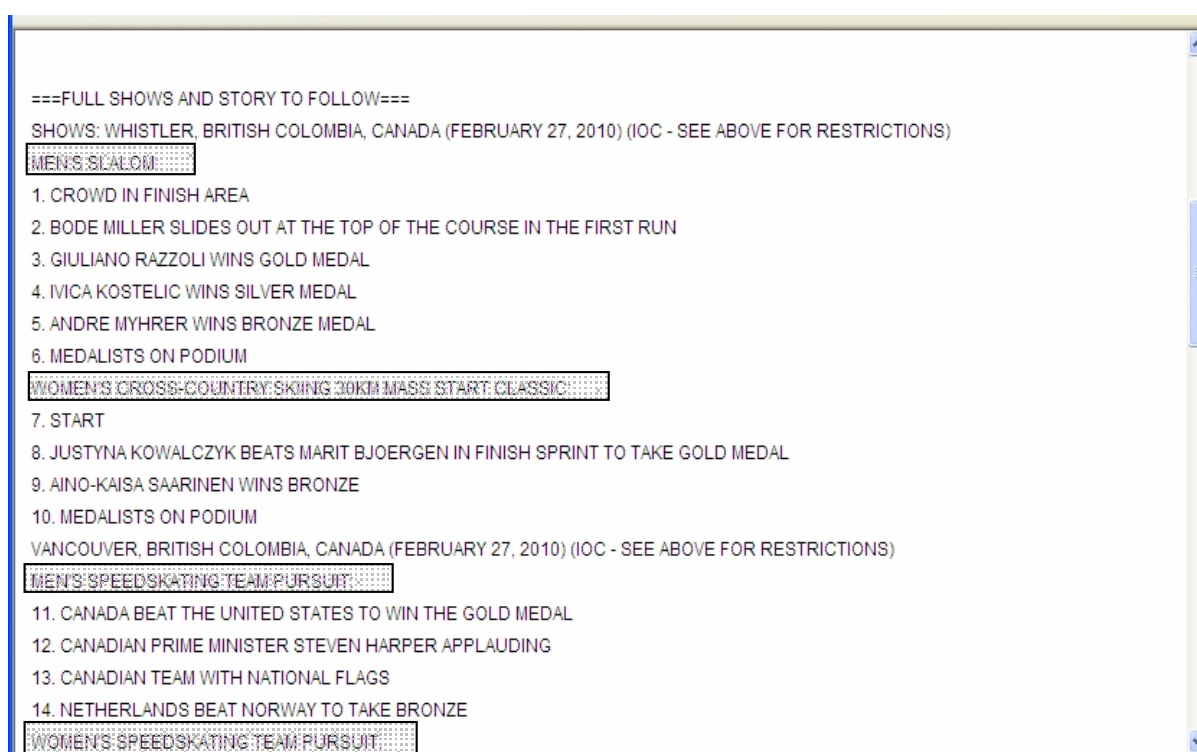
Kliknutím na daný příspěvek zobrazíme podrobnější informace. V horní části zobrazené stránky jsou podrobněji vypsány doplňující informace a v pravé části je k dispozici video s příspěvkem. Toto je velmi praktická a využívaná funkce a na rozdíl od ostatních agentur jedinečná. Agenturník nebo i redaktor si může příspěvek v celé jeho délce přehrát, než se rozhodne ho převést na kazetu k následujícímu použití. Podle videa lze také příspěvek částečně identifikovat pomocí doplňujících titulků. Jenom z tohoto obrázku je například patrné, že sestřihy začínají lyžováním a jezdce na obrázku je americký závodník B. Miller.

The screenshot displays the Reuters World News Express web interface. At the top, the Reuters logo and the text "REUTERS WORLD NEWS EXPRESS" are visible. Below this, there are links for "Print Story", "View XML", "Add to Copy Folder", and "Playout Now". The main content area is divided into two sections. On the left, a metadata table provides details about the news story. On the right, a video player shows a preview of the content, featuring a large play button in the center. Below the video player, a caption reads: "This is a preview. For broadcast quality, please use the Playout function."

Slug	CANADA-OLYMPIC HIGHLIGHTS
Headline	Canada wins gold in snowboard and speedskating to ensure top of the medal standings.
Editorial ID	7001SP
Service	Sports
Video File	201002287001SP-CANADA-OLYMPIC_HIGHLIGHTS.mpg
Script File	201002287001SP-CANADA-OLYMPIC_HIGHLIGHTS.xml
Arrived	2010-02-28 03:35:23
Revision	2
Duration	358
Audio	NATURAL
Location	WHISTLER AND VANCOUVER, BRITISH COLOMBIA, CANADA
Source	IOC
Usage Terms	Olympic Material is subject to full IOC copyright. All use of Olympic Material is strictly subject to the following restrictions: 1. Scheduled News Bulletins Only Olympic Material may be used only as a part of regularly scheduled daily news

Obr. 8: Konkrétní příspěvek v rámci webového rozhraní agentury Reuters

Ve spodní části zobrazené stránky, začíná podrobný skript celého příspěvku, podle kterého může agenturník dokončit kompletní identifikaci a zápis do redaktorského sešitu. Pro lepší přehlednost jsem jednotlivé závody zvýraznila. Na tomto obrázku můžeme vidět, že skript agentury Reuters je téměř totožný se skriptem agentury SNTV. Rozdíl je zde viditelný pouze ve zpracování, kde agentura SNTV používá jiné číslování a každá událost ve skriptu je opatřena příslušným timecodem. Z této skutečnosti je také patrné, že obrazový materiál obou agentur bude velmi podobný ne-li totožný, což může agenturník zhodnotit po shlédnutí obou příspěvků. V tomto případě by byl zápis do obou sešitů totožný s agenturou SNTV, což znamená, že bude zapsán pouze jednou v rámci SNTV a bude k němu doplněna poznámka, že stejný materiál je dostupný na kazetě Reuters (viz obr. 3).



Obr. 9: Podrobný skript příspěvku na webovém rozhraní agentury Reuters

Každý příspěvek agentury Reuters je také na jeho začátku opatřen informačním titulkem. Ten slouží především pro technika, pro kterého jsou názvové údaje postačující k zápisu příspěvku do soupisky příslušné kazety. Dále pak tento titulek pomáhá při orientaci v obsahu kazety. K podrobnější identifikaci příspěvku tyto titulky příliš využívány nejsou, jelikož se agenturník s informacemi setká dříve v rámci webového rozhraní.



Obr. 10: Úvodní informační titulek ke konkrétnímu příspěvku v rámci zpravodajství Reuters

3.4.3 Zpravodajský kanál EVS (EBU)

Zpravodajství společnosti EBU je vysíláno prostřednictvím kanálu EVS, který pro svou distribuci informací využívá satelitní přenos. Jak jsem již v popisu jednotlivých společností uvedla, zpravodajství EVS plní podobnou funkci jako komerční informační agentury, ale jedná se o nekomerční společenství evropských televizních a rozhlasových stanic, které vystavělo distribuci informačního servisu na principu vzájemné výměny zpravodajského obsahu.

Zpracování informací probíhá podobně jako u agentury SNTV. Zpravodajství EVS má pravidelné určené časy, ve kterých své sportovní zpravodajství vysílá. V určitých časech se vysílání SNTV a EVS shoduje a technik nabírá obě relace za pomoci dvou rekordérů zároveň. Zpravodajství EVS má tedy své pravidelné relace, ale v případě významných událostí se stává, že EVS zařazuje mimořádné zpravodajské příspěvky do vysílání mimo pravidelné časy. Jelikož je zpravodajství nahráváno ze satelitního signálu, stává se, že za nepřítomnosti agenturníka technik takovýto mimořádný příspěvek nenatočí. Jednak není technicky možné mít na rekordéru neustále navolený příslušný signál (který slouží pouze pro EVS) a za další není povinností technika toto mimořádné zpravodajství hlídat či sledovat. EVS bohužel většinou mimořádné příspěvky v běžných relacích neopakuje, a tak může někdy dojít ke ztrátě důležitého obrazového materiálu. Za přítomnosti agenturníka by se podobný případ neměl stát z důvodu, že agenturník má za úkol průběžně sledovat i mimořádné zpravodajství, které lze kontrolovat prostřednictvím internetu a webové stránky Eurovision Xtranet.

Příklad


Webová stránka Eurovision Xtranet slouží pro přehled již přichozích zpráv a jejich identifikaci a také pro informaci o zprávách, které teprve budou v následující relaci vysílány. Pokud je připravován mimořádný příspěvek mimo obvyklé časy, měl by se nejdříve objevit v seznamu příspěvků daného dne. Příspěvky, které jsou ještě nebyly potvrzeny a odvysílány, ale jsou naplánovány pro následující relaci, se zobrazují na konci seznamu a čas vysílání je zvýrazněn červeně. Po odvysílání příspěvku se červené písmo změní na černé, změní se status příspěvku a na konci řádku se zobrazí ikona kamery.

16:05	16:06	TRS	Pre Real Madrid	ESTVE	MDRD	ESTVE	SPORT	459048	
16:07	16:10	TRS	ATP Shanghai Masters	ZZEBU	GNVE	GBTENP	SPORT	457242	16:9
17:15	17:17	PRE	Pre Abraham Taylor	DEARD	FFTM	DEMDR	SPORT	457529	16:9
20:15	20:17	PRE	FIFA U 20 Egypt	CHAF	GNVE	CHHBS	SPORT	454898	

Obr. 11: Zobrazení neodvysílaných příspěvků na webovém rozhraní Eurovision Xtranet

Podle sloupečku s daty v levé části stránky je zřejmé, že informace jsou zpětně k dispozici vždy po dobu deseti dní. Příslušné časy, které jsou u příspěvků uváděny, jsou spíše orientačního charakteru. Status příspěvku se mění podle jeho stavu. Pokud byl příspěvek v pořádku odvysílán, status „preliminary“ (předběžný) se změní na „transmitted“ (odvysílaný). Ostatní zkratky statusů jsou vysvětleny pod nadpisem s datem dne. V prostředním sloupci stránky se nachází stručné názvy příspěvků. V ostatních sloupcích jsou pak spíše doplňkové informace, které nám sdělují původ, město a zdroj informace. Každý příspěvek má své ID číslo. Ve sloupci video se zobrazuje ikona kamery (po odvysílání příspěvku) a ikona 16:9, která uvádí formát obrazového materiálu³⁴.

Tato webová stránka je základním nástrojem pro identifikaci zpravodajských příspěvků a zápis do obou sešitů. Zde se agenturník setká s informací ještě dříve, než proběhne samotná relace. Příspěvek, jehož formu budeme porovnávat s ostatními agenturami nese název „Vancouver 2010 today“ v dolní části stránky.



Eurovision Xtranet

[PNN](#)

[NEWS/
ACTUALITES](#)

[SPORTS](#)

[FUTURES](#)

[MESSAGES](#)

[SUPER POP](#)

[SUPPORT](#)

[28 Feb 2010](#)

[27 Feb 2010](#)

[26 Feb 2010](#)

[25 Feb 2010](#)

[24 Feb 2010](#)

[23 Feb 2010](#)

[22 Feb 2010](#)

[21 Feb 2010](#)

[20 Feb 2010](#)

[19 Feb 2010](#)

Search
eurovision.net

28-FEB-2010

Timings in **red** are not confirmed.

Status: **PRE** Preliminary, **CNF** Confirmed, **REP** Repetition, **TBA** To be advised, **TBC** Timing unknown, **TRS** Transmitted

Start	End	Status	Slug	F Origin	City	Source	Type	ID Item	Video
02:30	02:31	TRS	German bob gold	ZZEBU	VNCR	DEZDF	SPORT	478990	16:9
02:31	02:37	TRS	Vancouver 2010 today	ZZEBU	VNCR	ZZOBS	SPORT	474747	16:9
02:38	02:39	TRS	PGA golf	ZZEBU	WSHT	GBRTV	SPORT	478987	16:9
02:41	02:43	TRS	Poland Gold	ZZEBU	GNVE	PLTVP	SPORT	478982	16:9
02:43	02:45	TRS	Alpine medals	ZZEBU	GNVE	SESVT	SPORT	474784	16:9
02:46	02:49	TRS	Slalom reax	ZZEBU	GNVE	ZZEBU	SPORT	478985	16:9
02:50	02:52	TRS	Slalom also rans	ZZEBU	GNVE	ZZEBU	SPORT	478986	16:9
02:52	02:56	TRS	First Nation athlete	ZZEBU	GNVE	FREUSP	SPORT	478957	16:9
02:58	03:01	REP	FI hockey reax	ZZEBU	GNVE	FIYLE	SPORT	478958	16:9
03:02	03:06	TRS	Olympic Beckham	GBRTV	LNDN	GBRTV	SPORT	478989	16:9
03:06	03:08	TRS	Hockey tickets price	GBRTV	LNDN	GBRTV	SPORT	478991	16:9
04:18	04:20	TRS	CA Olympic Chile	GBAPTN	LNDN	GBAPTN	EVN	478992	16:9
07:50	07:53	TRS	Germany pursuit gold	ZZEBU	VNCR	DEARD	SPORT	479011	16:9
07:54	07:57	TRS	Reax bronze hockey	ZZEBU	VNCR	ZZEBU	SPORT	474783	16:9
07:57	08:04	TRS	Icehockey DJs	ZZEBU	VNCR	ZZEBU	SPORT	478707	16:9
08:05	08:09	REP	First Nation athlete	ZZEBU	GNVE	FREUSP	SPORT	479012	16:9
10:31	10:34	TRS	Bobsleigh gold	GBRTV	LNDN	GBRTV	SPORT	479035	16:9
10:35	10:36	TRS	Luge auction	GBRTV	LNDN	GBRTV	SPORT	479034	16:9
10:38	10:45	TRS	Vancouver 2010 today	ZZEBU	GNVE	ZZOBS	SPORT	474730	16:9
10:45	10:52	REP	Icehockey DJs	ZZEBU	GNVE	ZZEBU	SPORT	479031	16:9

Obr. 12: Úvodní stránka Eurovision Xtranet sportovního zpravodajství EVS

³⁴ Formát obrazového materiálu – nejčastějším formátem je v dnešní době 16:9, starším formátem je 4:3

Před každou relací EVS je vystavena soupiska příspěvků, které jsou připraveny k vysílání. Názvy příspěvků by se měly shodovat s příspěvky na webové stránce, které zatím nebyli schváleny. Soupiska je vyvěšena chvíli před vysíláním a poté začne vysílání jednotlivých příspěvků. Na rozdíl od předchozích agentur zpravodajství EVS nepřikládá k jednotlivým příspěvkům samostatný informační titulek. Z toho důvodu by byla identifikace pouze podle soupisky obtížná. Ne vždy se příspěvky vysílají v uvedeném pořadí a tak by mohl agenturník příspěvek špatně identifikovat. Proto je důležité sledovat a používat informační servis EVS na internetu.

V soupisce je uvedené aktuální datum a čas a orientační časy vysílání jednotlivých příspěvků. Vedle těchto časů jsou uvedeny zkratky organizací, které příspěvek do výměn poskytují. Podle prvních dvou řádků můžeme vidět, že soupiska slouží celkově pro zpravodajství, ne pouze pro sport. Zkratka EVN značí běžné zpravodajství (Eurovision News). Pro nás jsou důležité příspěvky, u kterých je uvedeno SPORT. Tato soupiska se zobrazuje také po skončení relace. U příspěvků, které byly odvysílány, se objeví ikona satelitu. Někdy se stává, že ač byl příspěvek uveden v soupisce, z určitých důvodů odvysílán nebyl. V takovém případě se ikona satelitu u příspěvku neobjeví a příspěvek je většinou zařazen do následující relace. Tyto změny jsou v zápětí aktualizované na webové stránce.



28 FEBRUARY 2010		10:30 GMT	PNN
10:20	JPNHK	Hokkaido tsunami	EVN  16:9
10:22	RUC1R	Russia tsunami	EVN 
10:30	GBRTV	Bobsleigh gold	SPORT
10:30	GBRTV	Luge auction	SPORT 16:9
10:30	ZZEBU	Icehockey DJs	SPORT 16:9
10:30	ZZOBS	Vancouver 2010 today	SPORT 16:9

Obr. 13: Soupiska zpravodajství EVS před zahájením relace

Poté co jsou příspěvky odvysílány a zaznamenány na kazetu, provádí agenturník jejich identifikaci prostřednictvím webové stránky, která je po odvysílání relace doplněna podrobnějšími informacemi. Tyto informace se zobrazí po kliknutí na název příspěvku v úvodní stránce. Na této stránce je pro identifikaci k dispozici textový popis události, který ovšem v tomto případě není tolik podrobný, jako u předchozích agentur, nicméně pro identifikaci je dostačující.

Již podle textových informací si můžeme všimnout, že v těchto sestřizích je úplně jiný obrazový materiál, než v předchozích agenturách. Zpravodajství EVS do svých sestřihů zařadilo hokejový zápas o bronzovou medaili mezi Slovenskem a Finskem a finálové klání mužů v curlingu. Položka „Dope-sheet“ (informační list) slouží pro stručnou charakteristiku příspěvku. V tomto případě se ze stručného popisu rovnou dovídáme výsledek jednoho ze zmiňovaných sportovních klání. Finále curlingu vyhrála Kanada nad Norskem. Pro úplnost záznamu v redaktorském sešitě si agenturník výsledek hokejového zápasu Slovensko – Finsko dohledá z jiných zdrojů.

EUROVISION Sports News Exchanges



Vancouver 2010 today 10:38-10:45 GMT 28-FEB-2010 SPORT

Class: OLYMPICS
Date Shot: 27-FEB-2010
Location: VANCOUVER
Country: CANADA
Sound: NATURAL Language:
Aspect ratio: 16:9

Source: ZZOBS
Restrictions: Vancouver 2010 Olympic Winter Games - EBU rights: Access for all Eurovision Member, NO access EVS Sub-Licensees, NO access pan-European broadcasters, STRICTLY NO ACCESS ITALY.
For use solely within the European Broadcasting Union territory - NO transmissions in Italian territory. STRICTLY NO INTERNET EXPLOITATION except for existing agreements with EBUIOC.

NON RIGHTSHOLDERS to the contract can only broadcast material in sports and news bulletins, and no usage after 48 hours.

For additional usage or rights, contact Ms Gina Lundby, Eurovision Sports Acquisitions: lundby@eurovision.net

Dopesheet: Pick of the day from the 2010 Olympic Winter Game: Bronze match Slovakia - Finland and Canada wins over Norway's men in curling.

Shotlist: bronze medal icehockey match SVK-FIN.
Curling men final.

Keyframe:

10:38:00









Obr. 14: Podrobné informace o příspěvku v rámci webového rozhraní EVS

Pro přesnou identifikaci příspěvků vytváří zpravodajství EVS textový skript (Shotlist), který je v tomto případě velmi stručný. Tento skript je za jiných okolností podrobnější a v případě rozhovorů jsou zde uváděny celé jejich texty. Ojedinělým doplňkem textového skriptu je v případě EVS obrazový skript (Keyframe), podle kterého agenturník jednotlivé příspěvky a jejich názvy přesně rozpozná.

Ač se v tomto případě také jedná o sestřihy ze stejného dne olympijských her, sestřihy ze zpravodajství EVS budou zapsány do redaktorského sešitu zvlášť, protože se nejedná o totožný obrazový materiál (viz obr. 3).

Snowrest bronze medal curling match SVK-FIN.
Curling men final.

Keyframe:

	10:38:00
	10:39:04
	10:39:33
	10:40:17
	10:40:54
	10:41:45
	10:43:06
	10:44:07

Id Item: 474730
Tx_Time: 10:38 - 10:45 Tx_Date: 28-FEB-2010 Status: TRS

Origin: ZZEBU Origin City: GNVE

Item type: SPORT

Obr. 15: Obrazový skript konkrétního příspěvku v rámci webového rozhraní EVS

3.4.4 Zhodnocení

K porovnání agenturního zpravodajství tří společností byly použity ukázky, které se vztahují k totožné informaci, týkající se stejné události a stejného dne. Příspěvek obsahující sestřihy z 16. dne Zimních olympijských her ve Vancouveru zpracovaly všechny tři uvedené společnosti a distribuovaly je prostřednictvím svého zpravodajského servisu. Z uvedených obrazových ukázek tedy vyplývá, že forma, ve které společnosti své zpravodajství distribuují, je rozdílná, a proto je také rozdílný způsob, jakým se se zdroji pracuje. Na obrazových ukázkách jsme také mohli pozorovat, že ač informace nese podobný název, obrazový materiál může být rozdílný.

Při výrobě zpravodajství máme tedy možnost si z uvedených zdrojů vybírat. Ve výběru **stejného materiálu z různého zdroje** jsou rozhodující různé faktory. Jedním z nejdůležitějších je faktor času. Pokud zpracování dané informace spěchá, rozhoduje, která společnost materiál zpracuje a poskytne dříve. Dalším faktorem je kvalita a formát samotného obrazového materiálu. Pro zpracování je samozřejmě vybrán příspěvek s kvalitnějším obrazem a pokud možno ve formátu 16:9, aby nemusel být dále technicky upravován. Dále výběr záleží na rozhodnutí samotného redaktora, které záběry více splňují představu pro jeho reportáž. Pokud jsou obrazové materiály z více společností stejné nebo alespoň podobné kvality, lze jejich použití do jedné reportáže kombinovat.

3.5 Kvantitativní analýza tematického zaměření příspěvků z agenturních zdrojů při Zimních olympijských hrách 2010 ve Vancouveru

Během mého intenzivního pracovního působení ve sportovní redakci ČT na pozici agenturníka při ZOH 2010 jsem se rozhodla dodatečně do mé bakalářské práce doplnit kvantitativní analýzu. Analyzovány budou již výše zmíněné agenturní zdroje, SNTV, Reuters a EVS, které sportovní redakce ČT využívá pro tvorbu zpravodajství. Tato analýza mapuje počet příspěvků, které každá z daných agentur vyprodukovala za jeden den a jejich tematické zaměření. Analýza se vztahuje na dobu konání ZOH ve Vancouveru, která představuje celkem 17 dní. Předmětem analýzy je zjistit, kolik procent z celkového počtu příspěvků denně se vztahovalo k olympijské tematice a znázornit tak tematické ovlivnění agentur olympijskými hrami v celém jejich průběhu.

Přehled všech výsledků, které analýza poskytne

- Počet příspěvků, které každá z agentur vyprodukovala za 1 den OH
- Počet příspěvků s olympijskou tematikou, které každá z agentur vyprodukovala za 1 den OH
- Procentuální ovlivnění počtu příspěvků olympijskou tematikou za 1 den OH
- Celkový počet příspěvků, vyprodukovaných každou z agentur za celé OH (17 dní)
- Celkové procentuální ovlivnění tematiky agenturních zdrojů za celé OH

3.5.1 Stanovení hlavních cílů analýzy a vlastních hypotéz

Cíl 1: Vytvoření grafů, které budou pomocí křivky znázorňovat výši procentuálního ovlivnění agentur olympijskou tematikou v průběhu celých OH.

Hypotéza: Předpokládám, že počty procent ovlivnění příspěvků olympijskou tematickou se budou s každým dnem olympijských her zvyšovat a znázorňující křivka bude mít postupně stoupající tendenci. Nejvýraznější ovlivnění očekávám zvláště mezi 7. a 14. dnem olympijských her z důvodu narůstajícího počtu událostí a postupnému vrcholení některých utkání a závodů.

Cíl 2: Porovnání výsledných grafů jednotlivých agentur.

Hypotéza: Domnívám se, že výsledné křivky grafů jednotlivých agentur budou mít až na drobné odlišnosti podobnou tendenci z důvodu zaměření na stejné události.

Cíl 3: Zhodnocení celkového procentuálního ovlivnění agenturních zdrojů olympijskými hrami.

Hypotéza: Vzhledem k intenzivnímu sledování a zpracovávání agenturních informací v průběhu celých olympijských her se domnívám, že tematické ovlivnění olympijskými hrami bude u všech společností dosahovat zhruba 60%.

3.5.2 Popis prováděné analýzy

Analýza byla provedena na základě dat shromážděných během ZOH 2010, při práci agenturníka ve sportovní redakci. Jelikož agenturník eviduje a zpracovává veškeré agenturní příspěvky, má o nich podrobný přehled. V rámci olympijských her byly agentury zpracovávány pouze dvěma osobami, což za běžných podmínek není zvykem. Běžně se za měsíc u agentur vystřídá zhruba sedm agenturníků. Jelikož jsem byla jednou ze dvou osob, které měly zpracování agenturních příspěvků během OH na starost, získala jsem velmi podrobný přehled o příchozích informacích.

Data byla shromážděna pomocí jejich evidence v technickém sešitě, kterou agenturník vytváří (viz podkapitola 2.6.1). Pomocí tohoto seznamu příchozích informací jsem spočítala všechny výsledky, jejichž výčet je uveden výše, a které jsou shromážděny a znázorněny v datové tabulce 1, uvedené v následující části analýzy.

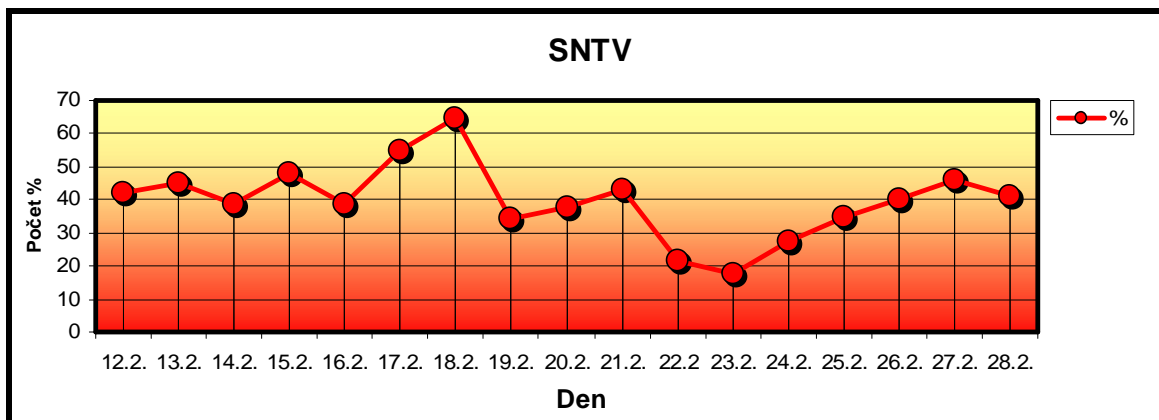
V rámci obrazové ukázky zpracování agenturních zdrojů v předchozí kapitole jsem uvedla, že agentury někdy posílají stejné příspěvky i několikrát nebo konkrétní příspěvek aktualizují. Stejně příspěvky byly započítány vždy pouze jednou. V případě aktualizovaných příspěvků jsem jednala dle vlastního uvážení. Příspěvek byl započítán jako samostatný, pouze pokud byla aktualizace rozsáhlejšího charakteru (doplnění dalšího významného audiovizuálního materiálu).

Shromážděná data jsem zpracovala pomocí programu MS Excel, ve kterém jsem vytvořila datovou tabulku a pomocí funkcí tohoto programu jsem vytvořila jednotlivé výpočty. Z těchto výpočtů byly dále v programu vytvořeny příslušné grafy, které jsou pojmenovány podle zkrácených názvů agentur (SNTV, REUTERS, EVS).

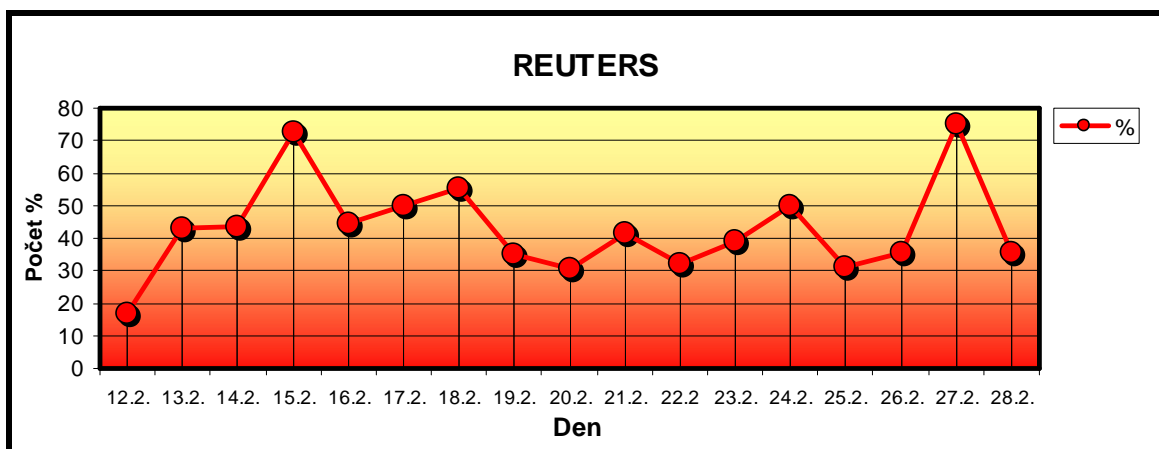
3.5.3 Zobrazení výsledků prováděné analýzy

	Agentura								
	SNTV			REUTERS			EVS		
DEN	Příspěvků celkem	Olympijské příspěvky	%	Příspěvků celkem	Olympijské příspěvky	%	Příspěvků celkem	Olympijské příspěvky	%
12.2.	45	19	42	6	1	17	34	23	68
13.2.	31	14	45	14	6	43	29	11	38
14.2.	31	12	39	23	10	43	36	14	39
15.2.	25	12	48	11	8	73	32	14	44
16.2.	26	10	38	18	8	44	22	14	64
17.2.	20	11	55	18	9	50	19	14	74
18.2.	17	11	65	18	10	56	23	17	74
19.2.	35	12	34	17	6	35	29	21	72
20.2.	16	6	38	26	8	31	12	9	75
21.2.	21	9	43	12	5	42	16	13	81
22.2.	23	5	22	25	8	32	27	19	70
23.2.	23	4	17	18	7	39	20	14	70
24.2.	22	6	27	18	9	50	29	23	79
25.2.	23	8	35	16	5	31	28	19	68
26.2.	25	10	40	28	10	36	22	16	73
27.2.	13	6	46	8	6	75	26	26	100
28.2.	17	7	41	14	5	36	10	9	90
Příspěvky celkem	413	162	39	290	121	42	414	276	67

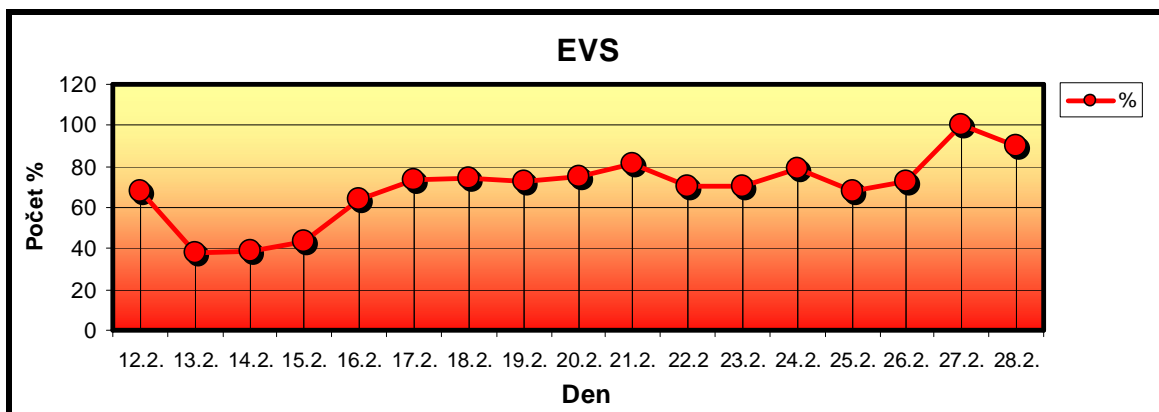
Tabulka 1: Datová tabulka průzkumu kvantity a tematického zaměření agenturních příspěvků během ZOH 2010 ve Vancouveru



Graf 1: Výsledný graf agentury SNTV



Graf 2: Výsledný graf agentury Reuters



Graf 3: Výsledný graf agentury EVS

3.5.4 Popis výsledků prováděné analýzy

Cíl 1: Vytvoření grafů

Na vytvořených výsledných grafech a jejich křivkách můžeme vidět, jak procentuální ovlivnění olympijskou tematikou v průběhu celých OH rostlo, stagnovalo či klesalo.

Graf agentury SNTV

Výsledná křivka u agentury SNTV se z počátku OH pohybuje okolo 40% a zhruba do 7. dne OH má rostoucí tendenci. Od 8. dne OH následuje propad, který je nejvýraznější během 12. dne, kdy se procentuální ovlivnění olympijskou tematikou pohybuje pouze kolem 20% z celkového počtu příspěvků za den. Od 13. dne do konce OH pak křivka zobrazuje pozvolný nárůst zpět ke 40-50%. Oproti mému očekávání, jsou mezi 7. a 14. dnem procenta ovlivnění nejnižší. Stanovená hypotéza se v případě agentury SNTV nepotvrdila.

Graf agentury Reuters

U agentury Reuters má výsledná křivka podobnou tendenci jako u agentury SNTV. V tomto případě se však více projevují větší rozdíly mezi jednotlivými dny. Tyto velké skoky mohou být zapříčiněny nějaké významné události v rámci OH, které agentura věnovala výrazně větší pozornost než neolympijským tématům. Další souhrou náhod může být, že se v daný den nekonalo příliš mnoho jiných významných událostí z oblasti sportu a tak olympijská tematika pro daný den jasně zvítězila. Shodná tendence s agenturou SNTV je v poklesu procentuálního ovlivnění v podobném období. V tomto případě je pokles znatelný mezi 8. a 15. dnem. Z tohoto důvodu se má hypotéza opět nepotvrdila.

Graf agentury EVS

Výsledná křivka u agentury EVS má zcela jiný charakter než obě předchozí agentury. Kromě drobných výchylek jako například u 1. dne křivka zaznamenává v průběhu celých OH pozvolný nárůst. Mezi 7. a 15. dnem křivka částečně stagnuje, ale procentuální ovlivnění se pohybuje na vysoké úrovni, mezi 60-80%. V případě 16. dne olympijských her dokonce procentuální ovlivnění dosáhlo 100%, což znamená, že v tento den se agentura věnovala pouze zpracováním zpravodajství z olympijských her. V případě zpravodajství EVS se má hypotéza z větší části potvrdila.

Cíl 2: Porovnání grafů

Každá z výsledných křivek jednotlivých agentur je rozdílná. Shodná tendence je znatelná u agentury SNTV a Reuters, jejichž křivka zaznamenává vyšší procenta ovlivnění na začátku a na konci OH a zhruba mezi 8. a 14. dnem je počet procent nejnižší. Naprosto rozdílné výsledky jsou znatelné u agentury EVS, kde počet procent tematického ovlivnění v průběhu OH postupně roste. Má hypotéza se tak potvrdila pouze částečně. Křivky výsledných grafů se podobají pouze u agentur SNTV a Reuters.

Cíl 3: Zhodnocení celkového procentuálního ovlivnění agenturních zdrojů OH

Podle datové tabulky můžeme vidět, že celkové procentuální ovlivnění je následující:

SNTV: 39%

Reuters: 42%

EVS: 67%

Odhad celkového procentuálního ovlivnění agenturních zdrojů olympijskou tematikou, učiněný na základě intenzivní pracovní zkušenosti, se opět potvrdil částečně. Odhadované výše 60% dosáhla pouze agentura EVS. Agentury SNTV a Reuters byly olympijskou tematikou ovlivněny zhruba ze 40%. Má hypotéza se tedy potvrdila pouze u agentury EVS.

3.5.5 Závěrečné zhodnocení analýzy

Většina výsledných údajů, která byla zjištěna prostřednictvím analýzy, pro mě byla velmi překvapivá. Mé celkové předpoklady ohledně této analýzy se v zásadě ukázaly pouze u agentury EVS. Výsledky agentur SNTV a Reuters se od mých hypotéz velmi lišily. Odhad byl zřejmě ovlivněn velkým množstvím zpracovaných informací a nezaměřováním se na distribuci jednotlivých společností v průběhu OH.

Analýza nicméně mapuje, kolik příspěvků je schopna daná agentura za určité období vyprodukovat. Z uvedených výsledků, které se pohybují ve dvou případech v počtu přes 400 příspěvků, lze uvést, že agenturní zdroje jsou opravdu zásadní zdroje, které poskytují jinak těžko dostupné materiály ze zahraničního sportovního zpravodajství.

Z analýzy dále vyplývá, nakolik může tak významná událost, jakou jsou olympijské hry, ovlivnit činnost a tematické zaměření agenturních společností. Ve spektru celosvětového sportovního dění i v průběhu olympijských her bych procentuální výsledky okolo 40% zhodnotila jako poměrně vysoké, 67% u společnosti EVS pak jako nadprůměrné.

Závěr

Cílem této práce je seznámení s prostředím sportovní redakce České televize, procesem tvorby sportovního zpravodajství a přiblížení problematiky agenturních zdrojů na základě vlastních zkušeností.

První kapitola mé práce se věnuje informačním zdrojům pro zabezpečení vysílání, uvádí jejich stručné popisy a blíže se zaměřuje na problematiku agenturních informačních zdrojů. V této podrobnější části jsem se snažila vysvětlit co je to agenturní zdroj a jiné blízké základní pojmy. Dále pak v této kapitole konkrétně popisuji jednotlivé agenturní zdroje (informační společnosti), jejichž zpravodajský servis sportovní redakce využívá, aby mohla své zpravodajství vytvářet v celosvětovém měřítku a bez tematického omezení. Při popisu jednotlivých společností jsem se sama dozvěděla spoustu zajímavých informací, zvláště pak z historie těchto společností a samotného vzniku televizního vysílání.

Následující kapitola je věnována hlavně popisu práce agenturníka, kterou ve sportovní redakci zastávám. Tato činnost je v kapitole uvedena do souvislostí s organizační strukturou sportovní redakce při tvorbě zpravodajství a procesem tvorby zpravodajství jako takovým, zvláště pak pořadem Branky, body, vteřiny. Základními výstupy z této kapitoly jsou grafické ukázky konkrétního zpracování informací z agenturních zdrojů a vlastní grafické modely, které znázorňují organizační strukturu redakce, komunikaci informací a tok agenturních informací při tvorbě sportovního zpravodajství.

Třetí kapitola se věnuje možnostem hodnocení kvality sportovního zpravodajství, které jsem již v začátku rozdělila na dvě základní části, kterými jsou hodnocení kvality dat a hodnocení kvality informací. U každé z těchto částí pak v kapitole uvádím návrhy vlastních hledisek pro hodnocení kvality sportovního zpravodajství. Kvalita dat a informací spolu samozřejmě úzce souvisí. Při hodnocení kvality informací velmi záleží na kvalitě dat a způsobu jejich zpracování. V průběhu tvorby této části práce jsem však došla k závěru, že mezi daty a informacemi je základní rozdíl, který spočívá v možnostech splnění kvality. Při stoprocentním splnění všech kritérií můžeme data ohodnotit jako plně kvalitní, na rozdíl od informací, u nichž i přes stoprocentní naplnění všech kritérií nemusí být kvalita zaručena z důvodu subjektivního pohledu jejího hodnotitele. Přitom u dat není stoprocentní splnění všech kritérií vždy potřebné a v případě informací je splnění všech kritérií nutné.

Třetí kapitola dále obsahuje obrazovou ukázkou, která se věnuje zobrazení formy, v jaké agenturní zdroje informace distribuují a jakým způsobem se s nimi pracuje. Ukázka je tedy zaměřena především na obsahovou stránku informace a kvalitu jejího zpracování, které je velmi důležité pro rychlé rozpoznání a zpracování informací agenturníkem.

V závěru poslední kapitoly je v kontrastu s kvalitou informací zpracována kvantitativní analýza tematického zaměření příspěvků z agenturních zdrojů, která byla zpracována při mém intenzivním pracovním působení ve sportovní redakci na pozici agenturníka při Zimních olympijských hrách 2010 ve Vancouveru. V rámci analýzy jsem stanovila cíle a k nim příslušné hypotézy, které se ve výsledcích analýzy potvrdily pouze částečně. Celkově ovšem z analýzy vyplývá, nakolik může tak významná událost, jakou jsou olympijské hry, ovlivnit činnost a tematické zaměření agenturních společností. Výsledné procentuální ovlivnění se pohybuje zhruba mezi 40-60%, což hodnotím jako vysoké až nadprůměrné.

Zpracování mé bakalářské práce v celém jejím rozsahu bylo velmi přínosné pro mne samotnou. Práce mi dopomohla zamyslet se více nad prací, kterou vykonávám víceméně automaticky, a která se odvíjí v rámci dalších pracovních procesů a struktur. Zároveň doufám, že bude práce také přínosná pro její čtenáře, pomůže přiblížit prostředí sportovní redakce a pochopit popisované skutečnosti.

Seznam použité literatury

Agenturní informační zdroje sportovní redakce České televize

1. AP (Associated Press). 2010. *About AP : Facts & Figures* [online]. New York (USA). c2010. [cit. 2010-05-15]. Dostupný z WWW: <http://www.ap.org/pages/about/about.html>
2. AP (Associated Press). 2010. *Company Overview* [online]. New York (USA). c2010. [cit. 2010-05-15]. Dostupný z WWW: <http://www.aptn.com/80256FEE0057BF4E/%28httpPages%29/43E6D3165367B78280256FF8004A1474?OpenDocument>.
3. AP (Associated Press). *SNTV : sports news television* [online]. New York (USA). c2006 [cit. 2010-05-15]. Dostupný z WWW: <http://www.sntv.com/>.
4. EBU [online]. 2010. [cit. 2010-01-06]. Wikipedia: the free encyclopedia. Dostupný z WWW: <http://cs.wikipedia.org/wiki/EBU>.
5. European Broadcasting Union. *About the EBU* [online]. Geneva (Switzerland). [cit. 2010-05-15]. Dostupný z WWW: <http://www.ebu.ch/en/about/index.php>.
6. Eurovision. *About us : Sport services* [online]. Geneva (Switzerland). [cit. 2010-05-15]. Dostupný z WWW: <http://www.eurovision.net/about/about-eventdist.php>.
7. Eurovision. *Eurovision : right there* [online]. Geneva (Switzerland). [cit. 2010-05-15]. Dostupný z WWW: <http://www.eurovision.net/>.
8. REUTERS/DOWNING, Larry. Get the bigger picture news and insight you can count on. In *Thomsonreuters.com* [online]. New York (USA) : Thomsonreuters, 2009 [cit. 2010-05-15]. Dostupné z WWW: http://thomsonreuters.com/content/financial/pdf/news_content/reuters_news_brochure.pdf.
9. SNTV (sports news television). *About us* [online]. New York (USA). c2006 [cit. 2010-05-15]. Dostupný z WWW: <http://www.sntv.com/pages/17/>.
10. Thomson Reuters. *Thomson Reuters* [online]. New York (USA) : Thomson Reuters, 2010-05-15 [cit. 2010-05-15]. Dostupný z WWW: <http://thomsonreuters.com/>.

Soupis literatury a použitých zdrojů

11. AL-HAKIM, Latif. *Challenges of managing information quality in service organizations*. London : Idea Group, c2007. 319 s. ISBN 1-599-04421-8.
12. BERLO, David Kenneth. *The process of communication: an introduction to theory and practice*. 4. vyd. New York : Holt, Rinehart and Winston, 1966. 318 s.
13. BLAKEMAN, Karen. Assessing the quality of information : top tips.. *Business Information Searcher*. 2006, vol. 16, no. 2, s. 14-15. ISSN 1365-5760.
14. BROŽ, František. *Umíme číst sportovní zprávy? : netradiční sbírka úloh z českého jazyka*. Praha : Tauris, c2003. 104 s. ISBN 80-211-0459-7 (brož.).
15. BUREŠ, Vladimír. *Znalostní management a proces jeho zavádění : průvodce pro praxi*. 1. vyd. Praha : Grada, 2007. 212 s. 24 cm. ISBN 978-80-247-1978-8 (brož.).
16. ČMEJRKOVÁ, Světlá; HOFFMANNOVÁ, Jana (ed.). *Jazyk, média, politika*. 1. vyd. Praha : Academia, 2003. 258 s. ISBN 80-200-1034-3.
17. ČSN ISO 5963 (01 0174). *Dokumentace. Metody analýzy dokumentů, určování jejich obsahu a výběr lexikálních jednotek selekčního jazyka*. Praha : Český normalizační institut, 1995. 10 s.
18. DANTON, Marianne; ZELLEY, Elaine D. *Applying communication theory for professional life : a practical introduction*. Thousand Oaks, Calif. : SAGE, c2005. 250 s. ISBN 0-7619-2914-2.
19. DIJK, Teun Adrianus. *News analysis : case studies of international and national news in the press*. Hillsdale, N.J. : L. Erlbaum, 1988. 325 s. ISBN 9-780-80580-064-7.
20. DILEVKO, Juris. The Relevance of Classification Theory to Textual Analysis. *Library & information science research*. 2009, vol. 31, no. 2, s. 92-100. ISSN 0740-8188.
21. EN ISO 9000 : 2005 : *Systémy managementu kvality : Základní principy a slovník*.. Brusel : Evropský výbor pro normalizaci, 2005.
22. EPPLER, Martin J. *Managing information quality : increasing the value of information in knowledge-intensive products and processes*. Berlin : Springer, 2003. 302 s. ISBN 9783540003984.

23. GUNTER, Barrie. *Media research methods : measuring audiences, reaction and impact*. 1. vyd. London : Sage, 2000. 314 s. ISBN 0-7619-5658-1.
24. HANSEN, Andreas. (ed.). *Mass communication research methods*. London : Sage, 2009. ISBN 9-781-41293-004-8.
25. HEATH, Robert L.; BRYANT, Jennings. *Human communication theory and research : concepts, contexts, and challenges*. 2. vyd. Mahwah, N.J. : L. Erlbaum, c2000. 454 s. ISBN 0-8058-3007-3.
26. HYHLÍKOVÁ, Věra. *Informační analýza dokumentu*. Praha : ÚVTEI, 1984. 80 s. Učební texty, sv. 19.
27. KOSINA, Vladimír. *Cvičebnice agenturní angličtiny : sportovní zpravodajství*. 1. vyd. Praha : SPN, 1979. sv. 2. 223 s.
28. KOVÁŘ, Blahoslav. *Obsahová analýza dokumentu*. Praha : ÚVTEI, 1974. 44 s. Metodický leták, sv. 105.
29. KRÁL, Jaroslav; ŽEMLIČKA, Michal. Kvalita dat a informací : základní omezení IT ve veřejné správě. In *Systems integration : Proceedings of the 14th International Conference on Systems Integration : Prague, Czech republic, June 11 – 13, 2006* [online]. Univerzita Karlova : Matematicko-fyzikální fakulta, katedra softwarového inženýrství, 2006 [cit. 2010-05-15]. Dostupné z WWW: <<http://si.vse.cz/archive/proceedings/2006/kvalita-dat-a-informaci-zakladni-omezeni-it-ve-verejne-sprave.pdf>>. ISBN 80-245-1050-2.
30. KRIPENNDORFF, Klaus. *Content analysis : an introduction to its methodology*. 2. vyd. Thousand Oaks, Calif. : Sage, c2004. 413 s. ISBN 0-7619-15451.
31. KURTZ, Phil. IPTV. *Broadcast Engineering*. 2006, vol. 48, no. 6, s. 110-115, 5p; Dostupný také z WWW: <<http://search.ebscohost.com/>>. ISSN 0007-1994.
32. LoveToKnow. *Your dictionary.com : the last word in words*. [online]. USA : Burlingame, 2002. [cit 2010-04-27]. Betacam : Computer dictionary definition. Dostupný z WWW: <<http://www.yourdictionary.com/computer/betacam>>.
33. MCLUHAN, Marshall. *Jak rozumět médiím : extenze člověka*. 1. vyd. Praha: Odeon, 1991. 348 s. ISBN 80-207-0296-2.
34. McQUAIL, Denis. *McQuail's mass communication theory*. 5. vyd. London : Sage, 2005. 616 s. ISBN 1-4129-0371-8.

35. Media Tenor. *Media Tenor : institute for media analysis* [online]. Ostrava : Media Tenor [cit. 2010-01-25]. Metodologie. Dostupný z WWW: <http://www.mediatenor.cz/methodology.php>.
36. Mediaresearch. *Mediaresearch*. [online]. Praha : Mediaresearch, c2010 [cit. 2010-01-25]. Dostupný z WWW: <http://www.mediaresearch.cz/>.
37. MILLER, William H. (ed.). *Advances in communications and media research*. New York : Nova, c2007. sv. 4. ISBN 978-1-60021-189-8.
38. MINÁŘOVÁ, Eva. Stylizační stereotypnost ve sportovním zpravodajství. In *Sborník prací Pedagogické fakulty Masarykovy univerzity, řada jazyková a literární č. 26*. Brno : Masarykova univerzita, 1993. ISBN 80-210-0857-1, s. 5-8. (není konferenční sborník).
39. MLČOH, Miloš. Titulek ve sportovní žurnalistice. In *Univerzita Palackého v Olomouci. Publikační činnost pracovníků Univerzity Palackého*. [elektronický archiv]. Olomouc : Pedagogická fakulta Univerzity Palackého v Olomouci, 1999, 2001 [cit. 2010-01-25]. Dostupný z WWW: <http://publib.upol.cz/~obd/fulltext/philolo9/philolo9-1.pdf>.
40. OSVALDOVÁ, L. et al. *Zpravodajství v médiích*. Praha : Karolinum, 2001. 155 s. ISBN 80-246-0248-2.
41. PIPINO, Leo L. et al. Data quality assessment. *Communications of the ACM*. 2002, vol. 45, no. 4. Dostupný z WWW: <http://web.mit.edu/tdqm/www/tdqmpub/PipinoLeeWangCACMApr02.pdf>.
42. PRESTON, Paschal. Introduction. *New media & society*. 2000, vol. 2, no. 3, s. 259. Dostupný z WWW: <http://search.ebscohost.com/>. ISSN 1461-4448.
43. PRIEST, Sussana. *Doing media research : an introduction*. 2. vyd. London : Sage, c2010. 272 s. ISBN 9-781-41296-097-7.
44. REIFOVÁ, Irena. *Slovník mediální komunikace*. 2. vyd. Praha : Portál, 2004. 327 s. ISBN 80-7178-926-7.
45. RINGROSE, Fergal. Nab 2009 preview . *TVB Europe*. 2009, no. 1/9, s. 31, 1/9p; Dostupný z WWW: <http://search.ebscohost.com/>. ISSN 1461-4197.
46. RINGROSE, Fergal. XDCAM and the media archive. *TVB Europe*. 2006, vol. 15, no. 5, s. 18, 1/4p; Dostupný také z WWW: <http://search.ebscohost.com/>. ISSN 1461-4197.

47. SETON, Tony. *Don't mess with the press : how to write, produce and report quality television news*. New York : iUniverse, 2003. ISBN 0-595-28781-6.
48. SCHULZ, Winfried a kol. *Analýza obsahu mediálních sdělení*. Z německých originálů přeložila Barbara Köpplová. 2. přeprac. vyd. Praha : Karolinum, 2004. 149 s. Učební texty Univerzity Karlovy v Praze, 2. ISBN 80-246-0827-8.
49. SKLENÁK, Vilém et al. *Data, informace, znalosti a Internet*. 1. vyd. Praha : C.H. Beck, 2001. 507 s. ISBN 80-7179-409-0 (brož.)
50. STVILIA, Besiki. *Measuring information quality*. Illinois : University of Illinois, 2006. 572 s.
51. TRAMPOTA, Tomáš. *Zpravodajství*. Praha : Portál, 2006. 191 s. ISBN 80-736-7096-8.
52. TRAMPOTA, Tomáš.; NEČAS, Vlastimil. Intermediální agenda českých médií. *Naše společnost* [online]. 2007, č. 2. [cit. 2010-01-25]. Dostupný z WWW: http://www.cvvm.cas.cz/upl/nase_spolecnost/100076s_AGENDA.pdf.
53. UVÍROVÁ, P.; SZOTKOWSKÁ, H. Analýza diskusních pořadů českých televizí. In Media Tenor. *Česká televize* [online]. Ostrava : Media Tenor, 3.11.2009 [cit. 2010-01-25]. Dostupný z WWW: http://master.ceskatelevize.cz/pub/press/4245_1.pdf.
54. VÍT, Vladimír; GREGORA, Pavel. *Televizní technika : zařízení pro přenos a vysílání televizního signálu*. 1. vyd. Praha : BEN – technická literatura, 2000. 175 s. ISBN 80-86056-89-9.
55. VÍT, Vladimír; KUBA, Petr. *Televizní technika : studiové zpracování televizního signálu*. 1. vyd. Praha : BEN – technická literatura, 2000. 223 s. ISBN 80-86056-88-0.
56. WANG, Richard Y. et al. (eds.). *Information quality*. London : Sharpe, 2005. 265 s. ISBN 9780765611338.
57. WENNER, Lawrence A. (ed.). *Media, sports, & society*. Newbury Park, Calif. : Sage, c1989. 315 s. ISBN 0-8039-3244-8.
58. WHITE, Marilyn. Content analysis : a flexible methodology. *Library Trends*. 2006, vol. 55, no. 1, s. 22-45. Dostupný také z WWW: <http://search.ebscohost.com/>. ISSN 0024-2594.

Informace dostupné z webu České televize

59. Česká televize. *Česká televize* [online]. Praha : Česká televize, c2010 [cit. 2010-01-25]. Analýza zpravodajství a publicistiky ČT. Dostupný z WWW:
<<http://www.ceskatelevize.cz/press/analyza-zpravodajstvi.php>>.
60. Česká televize. *Česká televize* [online]. Praha : Česká televize, c2010 [cit. 2010-01-25]. Metodika výzkumu. Dostupný z WWW:
<<http://www.ceskatelevize.cz/ct/sledovanost/coje-sledovanost.php>>.
61. Česká televize. *Česká televize* [online]. Praha : Česká televize, c2010 [cit. 2010-05-03]. Redakce sportu. Dostupný z WWW:
<<http://www.ceskatelevize.cz/ct/lide/redakcesportu/index.php>>.
62. Česká televize. *ČT24* [online]. Praha : Česká televize, c2010 [cit. 2010-01-25]. Sledovanost ČT. Dostupný z WWW:
<<http://www.ct24.cz/media/vse-o-ct/sledovanost-ct/>>.
63. Česká televize. *Česká televize* [online]. Praha : Česká televize, c2010 [cit. 2010-04-25]. Organizační struktura. Dostupný z WWW:
<<http://www.ceskatelevize.cz/ct/schema/index.php>>.
64. Janeček chce zrušit místa ředitele programů a zpravodajství ČT [online]. In *ct24.cz*. Praha : Česká televize, 3.3.2010. [2010-05-15]. Dostupné z WWW:
<<http://www.ct24.cz/media/82770-janecek-chce-zrusit-mista-reditele-programu-a-zpravodajstvi-ct/>>.
65. Na slovíčko [online televizní pořad]. Praha : Česká televize, 2.1. 2010. [2010-05-15]. Dostupné z archivu české televize. Dostupné z WWW:
<<http://www.ceskatelevize.cz/program/10223935241-02.01.2010-11:10-4-na-slovicko.html?obdobif=all&broad=10127554193&from=70&backaddr=search>>.

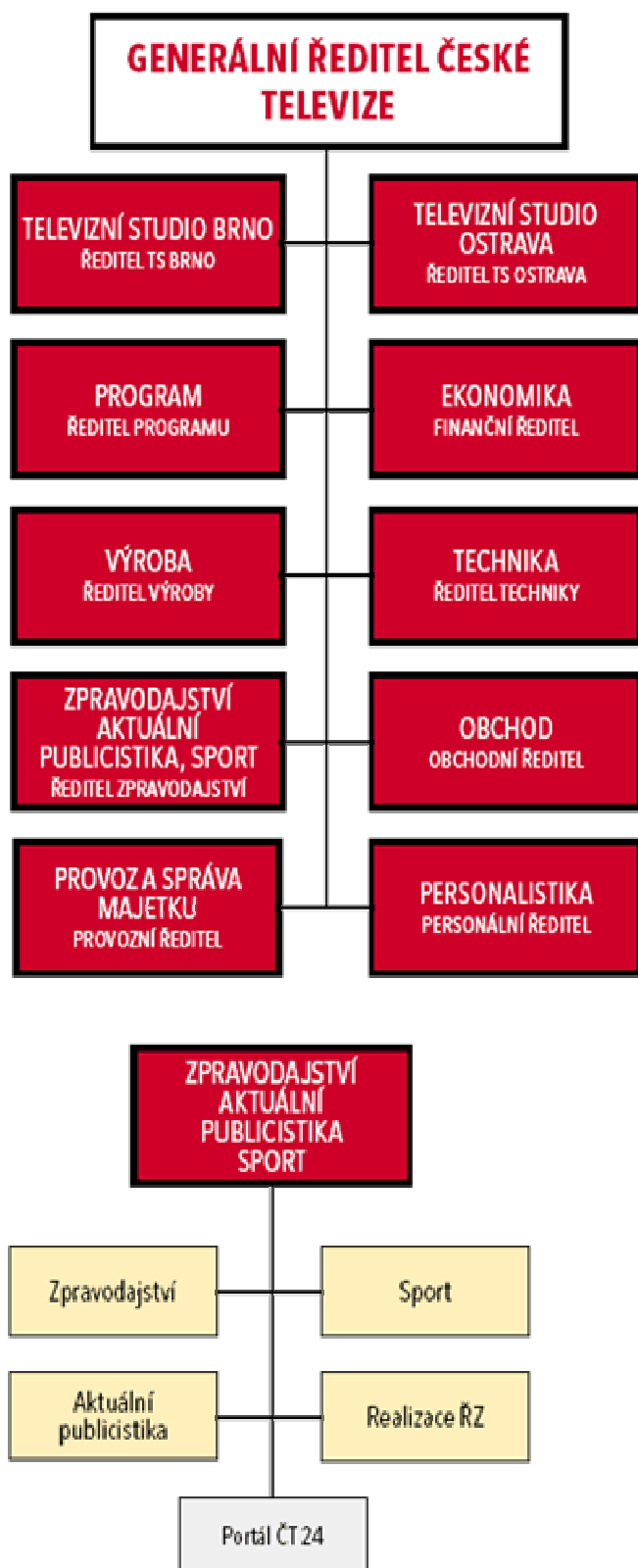
Osobní konzultace

66. Konzultace s panem Vladimírem Drbohlavem ze sportovní redakce České televize. [2010-01, 2010-04]

Seznam zkratek

AP	Associated Press
APTN	Associated Press Television News
BBV	Branky, body, vteřiny
ČST	Československá televize
ČT	Česká televize
EBU	European Broadcasting Union
EVN	Eurovision Network
EVS	Eurovision
FTP	File Transfer Protocol
IOC	International Olympic Committee
OH	Olympijské hry
OIRT	Organisation Internationale De La Radio Et Television (Mezinárodní organizace pro rozhlas a televizi)
SNTV	Sports News Television
ZOH	Zimní olympijské hry

Obrazové přílohy



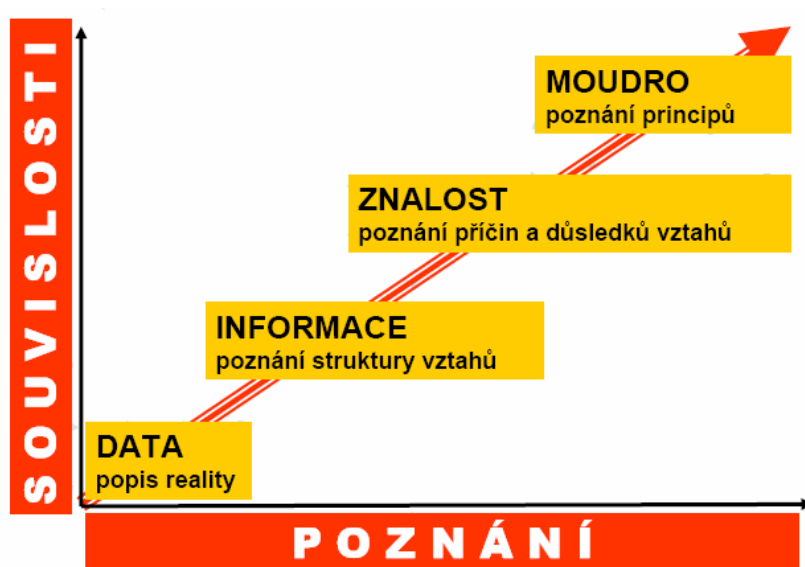
Obr. příloha I a II: - Organizační struktura a podřízenost jednotlivých útvarů ČT

[Staženo z : <http://www.ceskatelevize.cz/ct/schema/index.php>]



Obr. příloha III: Ukázka analogového rekordéru a příslušných nosičů (kaset), které jsou používány při tvorbě sportovního zpravodajství

[Staženo z : <http://www.yourdictionary.com/computer/betacam/>]



Obr. příloha IV: Model data-informace-znalosti, který naznačuje vztahy mezi těmito pojmy [BUREŠ, 2007]

Evidence výpůjček

Prohlášení:

Dávám svolení k půjčování této bakalářské práce. Uživatel potvrzuje svým podpisem, že bude tuto práci řádně citovat v seznamu použité literatury.

V Praze, 20. 5. 2010

Zuzana Rousková

[illegible]